



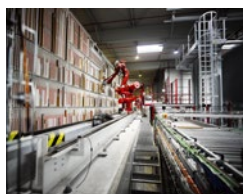
© Ardamez pour Felix Roasting Co



ÊTRE UNE FILIÈRE
À IMPACT POSITIF



ÊTRE LES CHAMPIONS
DU DESIGN D'USAGE



FACILITER LA CONQUÊTE
ET LA TRANSFORMATION
DES ENTREPRISES



**l'Ameublement
français**



© Henryot et cie pour le Royal Mansour

SOMMAIRE

- 02 | L'ÉDITO de Philippe Moreau
- 04 | UN NOUVEAU PROJET SECTORIEL 2022-2027 créateur de valeur
- 06 | LES TEMPS FORTS 2022-2023

1

ÊTRE UNE FILIÈRE À IMPACT POSITIF

- 10 | TRAJECTOIRE RSE 2030
Transformer la filière pour une croissance vertueuse et durable
- 12 | PROGRAMME ACCÉLÉRATEUR RSE
Accompagner les entreprises dans le déploiement de leur stratégie RSE
- 14 | LES ENTREPRISES DE L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS OUVRENT LEURS PORTES À TOUS LES TALENTS !
- 15 | L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS ET L'UNION DES INDUSTRIES DES PANNEAUX DE PROCESS UNISSENT LEUR AVENIR

2

ÊTRE LES CHAMPIONS DU DESIGN D'USAGE

- 18 | TRANSFORMER LES ENTREPRISES PAR LE DESIGN
- 19 | LES CAHIERS D'INSPIRATION DESIGN DURABLE 2022
- 20 | **ÉTUDE PROSPECTIVE**
BIEN VIVRE CHEZ SOI : LES SENIORS PRENNENT LA PAROLE
Quels défis d'aménagement pour bien vieillir ?
- 22 | **ÉTUDE DOMOCITÉ**
COMMENT LE TRAVAIL BOUSCULE TOUS NOS ESPACES DE VIE ?

3

FACILITER LA CONQUÊTE ET LA TRANSFORMATION DES ENTREPRISES

- 26 | **DOSSIER INTERNATIONAL**
OBJECTIF + 100 % : la filière booste sa croissance à l'international !
- 28 | UN TEMPS FORT DU RAYONNEMENT INTERNATIONAL
- 30 | LA NOTORIÉTÉ APPLIQUÉE AUX ENJEUX BUSINESS
- 32 | L'OPÉRATION #MEUBLEZVOUSFRANÇAIS SIGNE LA SAISON 3
- 34 | L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS VALORISE L'OFFRE FRANÇAISE
- 35 | DÉCRYPTER LES PARCOURS D'ACHAT
Les clés de succès pour performer sur le marché Contract

4

ANNEXES

- 38 | Les chiffres RSE
- 40 | Qui sommes-nous ?
- 41 | Nos services
- 42 | L'Ameublement français vous représente
- 44 | Chiffres clés marché

L'ÉDITO



PHILIPPE
MOREAU,
PRÉSIDENT
DE L'AMEUBLEMENT
FRANÇAIS

2022 a vu simultanément la crise sanitaire se stabiliser et de nouvelles incertitudes apparaître sur notre environnement géopolitique et notre contexte économique. Les évolutions des coûts de l'énergie, des matières premières et des salaires, couplées à un marché en baisse de volume, mettent à nouveau nos entreprises sous tension.

Dans ce contexte, il nous apparaît essentiel de nous ancrer sur nos fondamentaux et d'accélérer notre transformation.

Rappelons-nous toujours ces fondamentaux que le monde entier nous reconnaît et souvent nous envie :

- **plusieurs siècles d'art de vivre à la française qui imprègnent profondément notre culture et chacun de nos actes,**
- **des savoir-faire d'exception,**
- **une véritable rigueur industrielle dont nous-mêmes ne sommes pas toujours conscients,**
- **et bien entendu, une audace et un panache qui ne sont jamais très loin.**

S'appuyant sur ce bagage, notre organisation professionnelle et son écosystème ont engagé un projet sectoriel moyen et long terme ambitieux et nécessaire autour de nos 3 grandes ambitions :

- **être une filière à impact positif**
- **être des champions du design d'usage**
- **faciliter la transformation des entreprises et leur conquête des marchés français et internationaux.**

Avec cette approche volontariste et proactive, la filière ameublement pose les bases de ses enjeux à venir, conciliant développement économique, inclusivité sociale et soutenabilité environnementale.

Alors sachons ensemble traverser au mieux ces trimestres difficiles, nous adapter et travailler à nos projets structurants pour mieux rebondir.



UN NOUVEAU PROJET SECTORIEL 2022-2027

CRÉATEUR DE VALEUR

POUR EN SAVOIR PLUS SUR LE PROJET SECTORIEL 2022 – 2027
CLIQUEZ SUR LA FLÈCHE

QUELLES PERSPECTIVES POUR LA FILIÈRE AMEUBLEMENT D'ICI À 2030 ?

L'étude conduite début 2022 par l'Ameublement français avec le cabinet EY inscrit les ambitions de ce nouveau projet sectoriel dans une perspective de création de valeur sur les plans de la transition environnementale, économique et sociale, par opposition à un scénario de désindustrialisation tendancielle projetée par l'INSEE si la filière ne s'inscrivait dans aucune dynamique.

Scenarios trajectoire 2020-2023	Transition environnementale			Transition économique	Transition sociale
	CO ₂ produit en France	CO ₂ importé	CO ₂ total	Chiffre d'affaires	Emplois directs
Valeur référence 2019 (étude EY)	2, 58 Mt	3, 59 Mt	6, 17 Mt	11 Mds €	60 000
Scénario désindustrialisation tendancielle (projection Insee)	- 40 %	+ 25 %	- 3 %	- 11 %	- 6 600
Scénario projet sectoriel 2022/2027 (réindustrialisation & internationalisation)	- 22 %	- 4 %	- 11 %	+ 18 %	+ 10 900

AMBITION 1

ÊTRE UNE FILIÈRE À IMPACT POSITIF

Des actions durables et structurantes au niveau de la filière pour des entreprises responsables qui prennent soin de la planète et de l'ensemble des parties prenantes, et qui au-delà de leur contribution actuelle souhaitent aller encore plus loin.

Quels leviers d'action ?

- Augmenter l'application des **principes d'économie circulaire** dans le développement des produits et services : stratégie 3 R (Réduction, Réemploi, Réparation) des meubles et emballages, alternatives moins carbonées pour les produits d'ameublement intégrant de la mousse, matériaux et techniques encore plus respectueux de la santé des salariés et consommateurs et de la biodiversité, process de production moins énergétivore, logistique réduisant l'empreinte carbone.
- Accompagner 150 entreprises dans leur **démarche RSE** à travers une formation-coaching très pragmatique, avec une méthodologie adaptée selon la taille des entreprises. 40 entreprises ont déjà suivi ce programme entre septembre 2022 et juin 2023 avec satisfaction.
- Faire monter en compétences les entreprises de la filière en **attirant les bons talents** (marque employeur sectorielle, plateforme « campus des métiers », élargissement du sourcing) et en **adaptant les formations aux enjeux terrain** (expérimentation des formations initiales au plus proche des entreprises, certification des salariés, blended learning, formation du management intermédiaire...).

AMBITION 2

ÊTRE DES CHAMPIONS DU DESIGN D'USAGE

Un éclairage prospectif et méthodologique pour permettre aux entreprises de créer de la valeur avec des produits et des services innovants répondant à l'évolution des modes de vie et de la société.

Quels leviers d'action ?

- Avoir une offre de produits et services différenciante en créant un **parcours accélérateur « Unique Selling Proposition »** pour aider les fabricants français à proposer une offre innovante et à savoir la communiquer (objectif à fin 2027 : 135 entreprises ayant suivi le parcours).
- Éclairer l'évolution de l'ameublement au regard des nouveaux enjeux de société : conduire **les études prospectives pertinentes** (révolution des modes de travail, vieillissement de la population, économie de la fonctionnalité dans un scénario de sobriété de consommation...) et s'assurer de leur appropriation.

AMBITION 3

FACILITER LA TRANSFORMATION DES ENTREPRISES ET LEUR CONQUÊTE EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

La force du collectif : des outils pratiques et mutualisés pour accompagner les PME de la filière ameublement, une organisation professionnelle positionnée comme un lieu d'échanges et de confrontation pour permettre à tous de progresser.

Quels leviers d'action ?

- Accroître la notoriété de la filière en offrant une visibilité collective auprès des publics français (opération #Meublezvousfrançais) ou à l'international (développement d'un storytelling et d'actions de rayonnement rassemblant les marques françaises) et en montant des opérations de visibilité collective de l'offre française sur les principaux salons/événements (in ou off) de la profession.
- Mettre à disposition des entreprises **les ressources utiles à leur développement en mutualisant les moyens** : études de marché, analyse de la conjoncture, accompagnement en financement aux besoins des entreprises en fonction de la conjoncture et des ambitions du projet sectoriel, dossiers pratiques « prêt à l'emploi » sur les évolutions réglementaires.
- Accompagner la transformation des entreprises sur les sujets de **digitalisation** (accélérateur de transformation digitale des entreprises - de l'outil industriel à la digitalisation de l'offre) et d'**approche servicielle** (leviers de mise en place d'une approche servicielle et de nouveaux partenariats entre les acteurs tout au long de la chaîne de valeur).
- **Accélérer l'internationalisation des entreprises** en construisant une ingénierie modernisée et digitalisée de connaissances et d'accès aux marchés étrangers, en mettant en place des accélérateurs emblématiques pour booster la croissance sur des marchés à fort potentiel (Moyen-Orient, USA, Contract...), en tissant des liens plus forts avec les pouvoirs publics et les autres filières autour de la thématique de l'art de vivre.

LES TEMPS FORTS

22

23

JUIN



LANCEMENT DU COMITÉ DE PILOTAGE RSE



STAND DES EQUIPEMENTIERS AU SALON EUROBOIS

JUILLET



FUSION DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES UIPP ET L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS

ÉTUDE INTERNATIONALE : « DIAGNOSTIC, ENJEUX ET STRATÉGIE 2030 »

GRUPE DE TRAVAIL TRAÇABILITÉ LITERIE, FABRICANTS ET DISTRIBUTEURS

SEPTEMBRE



MAISON&OBJET ET CYCLES DE CONFÉRENCES WORK!

PARTENARIAT MOM X AMEUBLEMENT FRANÇAIS 2022 - 23

EXPOSITION DES INCUBÉS 2022 PAR LE FRENCH DESIGN BY VIA



EXPOSITION PSYCHANALYSE D'UN MEUBLE À QUATRE PATTES À LA MONNAIE DE PARIS ET VISITES DE DÉLÉGATIONS INTERNATIONALES D'ARCHITECTES D'INTÉRIEUR

OCTOBRE



SAISON 3 OPÉRATION #MEUBLEZVOUSFRANÇAIS

CORNER DU FRENCH DESIGN BY VIA DANS L'EXPOSITION « ANNÉES 80 » DU MUSÉE DES ARTS DÉCORATIFS

JOURNÉE DE L'INTERNATIONAL 14 OCTOBRE 2022



JOURNÉE DE L'INTERNATIONAL

NOVEMBRE

ARCHITECT@WORK ET CONFÉRENCES PORTRAITS D'AGENCEMENT

CONFÉRENCE DE PRESSE RSE

OPÉRATION JOB DATING ET JOURNÉES PORTES OUVERTES

SALON EQUIP'HOTEL INTERIOR DESIGN CENTER ET VISITE DES DÉLÉGATIONS ÉTRANGÈRES



SALON ESPRIT MEUBLE ET CONFÉRENCE ACTINEO

LANCEMENT DU DÉPLOIEMENT FORMATION RSE AUPRÈS DE 80 ENTREPRISES

JANVIER



EXPOSITION DESIGN IMPULSE DU FRENCH DESIGN

LANCEMENT DU CYCLE DE WEBINAIRES DU DIGITAL

PARCOURS FRENCH TOUCH X MAISON&OBJET ET SHOWCASE HAUTE FACTURE



VISITE DES DÉLÉGATIONS ÉTRANGÈRES DANS LE PARCOURS FRANCE

LANCEMENT DES ACCÉLÉRATEURS EXPORT (MOYEN-ORIENT ET USA)

FÉVRIER

CARTOGRAPHIE DES PARCOURS D'ACHAT PRESCRIPTION

MARS

EXPOSITION DESIGN X DURABLE X DÉSIRABLE PAR LE FRENCH DESIGN



CONFÉRENCE DE PRESSE CHIFFRES MARCHÉ

ÉTUDE PROSPECTIVE LES SENIORS PRENNENT LA PAROLE

AVRIL

CARTOGRAPHIE DU PARCOURS DES EXPOSANTS FRANÇAIS À MILAN



SALONE DEL MOBILE COLLECTIF FRANCE ORGANISÉ PAR LE GEM

MAI



SALON INDEX DUBAI COLLECTIF FRANCE ORGANISÉ PAR LE GEM

CHIFFRES CLÉS

L'Ameublement français c'est :

90
ÉVÈNEMENTS

2 700
PARTICIPANTS

317
PUBLICATIONS
(études, baromètres, décryptages...)

Du 1er juin 2022 au 31 mai 2023.



1

ÊTRE UNE FILIÈRE À IMPACT POSITIF

P. 10
TRAJECTOIRE RSE 2030
Transformer la filière pour une croissance vertueuse
et durable

P. 12
PROGRAMME ACCÉLÉRATEUR RSE
Accompagner les entreprises dans le déploiement de
leur stratégie RSE

P. 14
LES ENTREPRISES DE L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS
OUVRENT LEURS PORTES À TOUS LES TALENTS !

P. 15
L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS
ET L'UNION DES INDUSTRIES DES PANNEAUX
DE PROCESS UNISSENT LEUR AVENIR



© Shutterstock

ALLIER RÉINDUSTRIALISATION ET DÉCARBONATION

TRAJECTOIRE RSE 2030 : TRANSFORMER LA FILIÈRE POUR UNE CROISSANCE VERTUEUSE ET DURABLE

QUELLE FEUILLE DE ROUTE STRATÉGIQUE POUR METTRE EN COHÉRENCE LA CONTRIBUTION ÉCONOMIQUE, SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE DE LA PROFESSION AVEC LES OBJECTIFS DES ACCORDS DE PARIS À HORIZON 2030-2050 ? SANS ATTENDRE, L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS ENGAGE UN PLAN DE TRANSFORMATION DE LA FILIÈRE POUR UNE ACTION STRUCTURÉE ET CONCRÈTE, À TRAVERS UNE ÉTUDE INÉDITE. CAP SUR LA NEUTRALITÉ CARBONE !

Trois scénarios pour bâtir une croissance vertueuse

L'Ameublement français a mandaté le cabinet de conseil EY pour mesurer les dynamiques économiques, sociales et environnementales de la filière sur l'ensemble du territoire français et dresser les scénarios des différentes trajectoires de décarbonation en cohérence avec les accords de Paris.

- **Soutenabilité** : quel avenir pour l'industrie dans un monde neutre en carbone qui vit déjà des tensions inflationnistes sur l'énergie et les matières premières ?
- **Viabilité** : comment créer des emplois de qualité, au cœur des régions, dans une économie mondialisée et concurrentielle ?
- **Acceptabilité** : comment produire des biens et services essentiels, accessibles à tous et exemplaires sur le plan environnemental ?

x 2
C'est l'empreinte carbone d'un meuble fabriqué en Chine et vendu en France vs un meuble français fabriqué en France.

Décarbonation et réindustrialisation : les deux faces d'une même pièce

Les projections de l'étude le prouvent : la poursuite d'une désindustrialisation serait une catastrophe environnementale, car la consommation se poursuivrait au profit des importations, plus émettrices en carbone. Face à ce scénario noir, un constat s'impose : une transition soutenable, durable et acceptable sur les plans économiques et environnementaux ne se fera qu'à travers l'alliance d'une stratégie de décarbonation et de réindustrialisation.

Les atouts d'une filière au cœur des transitions

Les crises successives montrent l'importance de l'industrie et de la décentralisation pour la viabilité économique du pays. Avec

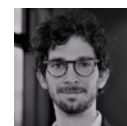
3/4 des entreprises situées hors des métropoles et des emplois stables proposés dans des zones à faible densité de population, la filière ameublement s'ancre au cœur des territoires et apporte de vraies solutions aux problématiques de politiques publiques. Si comme toute industrie elle génère du CO₂, son impact est limité par la maturité de sa gestion des meubles en fin de vie, par la gestion durable du bois (principal matériau utilisé) et par la proximité géographique entre les fabricants et les consommateurs.

Des actions ambitieuses pour une réindustrialisation durable

Quelles actions pour atteindre la neutralité carbone ?

- Penser le produit dans son intégralité, depuis son approvisionnement jusqu'à sa fin de vie ;
- Développer les entreprises à l'international à travers 60 actions concrètes ;
- Continuer à faciliter l'évolution des acteurs de la filière vers de nouveaux business models et encourager le design d'usage, l'économie de la fonctionnalité et l'innovation.

LA PAROLE À...



YANNICK CABROL

Senior Manager Stratégie, Économie et Climat, Responsable de l'offre « Filières à impacts positifs » chez EY

« Aujourd'hui, l'impact carbone des meubles importés est supérieur à l'impact des meubles produits en France, comme l'a démontré notre étude. Cette situation est désastreuse sur le plan social mais aussi environnemental. Un chemin de développement 2020-2030 conciliant décarbonation (- 11 %) et réindustrialisation (+ 10 000 emplois) est possible à condition d'engager une transformation globale de la filière (éco-conception, approvisionnement, modes de production, commercialisation, réparabilité, recyclage). Cela ne sera possible qu'en donnant aux chefs d'entreprises les moyens de cette ambition (formation, équipe de France à l'international, solutions de financement et réglementations adaptées, etc.). »

Qu'est-ce qu'une croissance vertueuse ?

Cette étude propose des pistes d'actions pour une décarbonation profonde de la filière... tout en gardant le cap d'une croissance économique durable. Pour une filière toujours plus responsable et compétitive !



PROGRAMME ACCÉLÉRATEUR RSE

UNE FORMATION OPÉRATIONNELLE ET PRAGMATIQUE

ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES DANS LE DÉPLOIEMENT DE LEUR STRATÉGIE RSE

GRÂCE À UN PROGRAMME SUR-MESURE, L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS SOUTIEN LE DÉVELOPPEMENT RSE DES ENTREPRISES. UN ENGAGEMENT AU RENDEZ-VOUS DES AMBITIONS DE RÉDUCTION DE L'IMPACT CARBONE DE LA FILIÈRE À HORIZON 2030-2050.

Un programme pragmatique et sur-mesure

L'objectif de ce programme d'accompagnement inédit est de soutenir les entreprises sur le moyen et long terme dans la détermination et l'application de leurs ambitions environnementales, sociales et sociétales. Comment ? Grâce à une forma-

tion collective et un coaching en entreprise pragmatique, développé par l'Ameublement français avec le cabinet d'expertise RSM. Cette méthodologie a été structurée et adaptée pour répondre aux spécificités de la filière, à la taille des entreprises et au plan d'action à décliner.

Un déploiement à grande échelle

Pour lancer le programme, cinq entreprises pilotes ont été accompagnées dès juin 2022. Dans le cadre d'ateliers concrets, les problématiques RSE ont été décryptées et des clés d'actions ont été proposées pour activer durablement les engagements. Dès novembre 2022, le déploiement à grande échelle a été activé avec l'objectif d'accompagner 80 entreprises.

LA PAROLE À...



SOPHIE DORNIER

Référente RSE de WM88

« La participation de WM88 en tant que pilote pour l'ameublement nous a permis d'entamer la mise en place d'une démarche RSE dans notre entreprise. Cette « formation – action », très pragmatique et très terrain, nous a apporté tous les outils nécessaires à la structuration de la RSE. L'intégration des piliers RSE dans notre stratégie d'entreprise a été perçue comme un atout majeur auprès de nos parties prenantes, notamment nos clients et financeurs. Loin d'être une contrainte, la RSE reste un enjeu très important et un tremplin incontournable pour l'avenir des entreprises du secteur de l'ameublement. »

LA PAROLE À...



XAVIER CATELES

Président Directeur Général du Groupe CLEN

« Grâce à ce dispositif, nous avons réussi à structurer notre démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) en créant une feuille de route claire et ambitieuse. Les missions assignées ont permis de rassembler l'ensemble du personnel autour de cette question et de collaborer avec les différentes entités du groupe. Ce dispositif a également suscité des réflexions importantes pour l'avenir de l'entreprise. Nous avons bénéficié d'un accompagnement de qualité, ainsi que de supports pédagogiques pertinents ».



CÉCILE CANTRELLE

Co-dirigeante d'Alpagroup

« Cette formation a apporté une véritable structure à notre démarche RSE. Avec de vraies solutions pratiques, activables immédiatement. La trajectoire est claire, les actions sont cohérentes et les équipes sont embarquées. J'ai apprécié la formule hybride proposée : échanger et mutualiser les idées en collectif, avec les autres entreprises, puis bénéficier d'un coaching sur-mesure pensé pour les besoins et les problématiques de mon entreprise. C'est une qualité d'accompagnement remarquable, qui arrive au bon moment et imbattable au niveau qualité-prix ! »

+ de 40 entreprises
embarquées

4 à 5 mois
de formation

8,6/10
c'est le taux de satisfaction de cette formation

LES ENTREPRISES DE L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS OUVRONT LEURS PORTES À TOUS LES TALENTS !

APRÈS UNE PREMIÈRE CAMPAGNE DE COMMUNICATION « LES ENTREPRISES DE L'AMEUBLEMENT RECRUTENT », L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS POURSUIT SES ACTIONS EN FAVEUR DE L'ATTRACTIVITÉ DU SECTEUR AVEC UNE OPÉRATION DE JOB DATING ET DE JOURNÉES PORTES OUVERTES PENDANT LA SEMAINE DE L'INDUSTRIE. LES ENTREPRISES DE L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS OUVRONT LEURS PORTES À TOUS LES TALENTS !

Organiser un job dating, clé en main

L'Ameublement français a accompagné les industriels dans l'organisation de sessions de Job Dating et de Journées portes ouvertes. Des solutions rapides et facilement activables ont été proposées pour toutes les entreprises quelles que soient leurs tailles, pour recruter, valoriser sa marque employeur et renforcer son attractivité locale. L'occasion de rencontrer des profils et des talents inattendus !

Une campagne de communication inédite

Dans le cadre de la campagne de communication « faites table rase du passé », un kit de communication appropriable a été remis aux entreprises participantes pour renforcer la visibilité de leurs actions.

15 entreprises

ont participé à l'opération Job Dating

5,5 Millions

de personnes touchées (mars et novembre)



LA PAROLE À...

CATHERINE BARBARET

Directrice des ressources humaines de Ligne Roset

« L'ensemble de ces actions a permis à des étudiants ainsi qu'à des demandeurs d'emploi de découvrir à la fois nos ateliers et nos métiers. Grâce à cet événement, nous avons rencontré environ 30 demandeurs d'emploi, 15 élèves issus de lycées professionnels ce qui nous a permis d'intégrer 3 stagiaires au sein de notre service couture et de recruter 5 personnes dans nos ateliers. Point intéressant à noter, aucune des candidatures reçues suite aux visites et job dating n'avait été reçue par un autre biais (annonces, agences d'interim...) : chaque format de recrutement amène de nouvelles candidatures ! »

Pour aller plus loin

La page internet « Le monde de l'ameublement » complète ce discours de portraits, chiffres clés, offres d'emplois et projets inspirants



L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS ET L'UNION DES INDUSTRIES DES PANNEAUX DE PROCESS UNISSENT LEUR AVENIR

DANS LA POURSUITE DE LA DYNAMIQUE DE RAPPROCHEMENT DES BRANCHES PROFESSIONNELLES IMPULSÉE PAR LE GOUVERNEMENT EN 2021, LES DEUX ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES MUTUALISENT LEURS FORCES POUR FAIRE AVANCER LA PROFESSION.

S'unir au nom du collectif

Les industriels des panneaux dits de process (panneaux de particules, MDF et OSB) et les fabricants d'ameublement et d'agencement ont validé en juin 2022 la fusion des deux syndicats, par absorption de l'UIPP (Union des Industries des Panneaux de Process) par l'Ameublement français. Au 1^{er} juillet 2022, les adhérents de l'UIPP sont devenus adhérents de l'Ameublement français au sein d'un nouveau groupement « Panneaux - UIPP ».

Répondre ensemble aux défis de la filière

Fusionner, c'est mettre en communs les compétences, les ressources et les moyens pour relever les défis de la profession. Cette fusion des branches ré-

pond à 4 enjeux stratégiques, au cœur de la responsabilité sociale et environnementale des industriels du panneau et de l'ameublement :

- **S'unir autour d'une convention collective commune** : la signature d'un accord de fusion des champs d'application respectifs des conventions collectives permet aux deux industries de mutualiser leurs compétences pour mieux servir leurs engagements.

- **Agir face aux tensions sur la ressource bois** : la conjoncture impacte fortement l'activité des fabricants de panneaux (pénuries, inflation, difficultés d'approvisionnement...). Les enjeux de la transition écologique et la demande croissante en faveur du bois énergie, nécessitent de

réaffirmer et d'organiser la hiérarchie des usages du bois et de porter collectivement les intérêts de la filière auprès des décideurs français et européens.

- **Accélérer le recyclage et l'économie circulaire** : principal matériau mis en œuvre dans l'ameublement, le panneau est au cœur des problématiques de recyclage et recyclabilité des Déchets d'Éléments d'Ameublement (DEA), et des Produits & Matériaux de Construction du Bâtiment (PMCB). Allier les expertises permet d'aller plus loin sur ces sujets.

- **Préserver la santé des collaborateurs et des consommateurs** : innovation, recours aux meilleures technologies, réduction des poussières de bois et des émissions de COV (notamment le formaldéhyde)... Les deux industries mettent en commun des solutions pour une production toujours plus respectueuse de la santé.

LA PAROLE À...

PHILIPPE MOREAU,

Président de l'Ameublement français

« Les panneaux de process représentent aujourd'hui la première matière utilisée dans la fabrication de meubles. Ensemble, nous allons pouvoir aller encore plus loin dans l'économie circulaire et la maîtrise de la qualité de nos produits. »

LAURENT DE SUTTER,

Président de l'UIPP

« Nous partageons ensemble l'idée que la décarbonation passe par une plus grande utilisation du bois matériau. Nous pouvons ensemble devenir un modèle d'économie circulaire. »



2

ÊTRE LES CHAMPIONS DU DESIGN D'USAGE

P. 18
TRANSFORMER LES ENTREPRISES
PAR LE DESIGN

P. 19
LES CAHIERS D'INSPIRATION DESIGN DURABLE 2022

P. 20 **ÉTUDE PROSPECTIVE**
BIEN VIVRE CHEZ SOI : LES SENIORS PRENNENT LA
PAROLE
Quels défis d'aménagement pour bien vieillir ?

P. 22 **ÉTUDE DOMOCITÉ**
COMMENT LE TRAVAIL BOUSCULE
TOUS NOS ESPACES DE VIE ?



EXPOSITION DESIGN IMPULSE

TRANSFORMER LES ENTREPRISES PAR LE DESIGN

COMMENT LES ENTREPRISES FRANÇAISES ONT-ELLES FAIT DU DESIGN UN LEVIER DE DIFFÉRENCIATION ? ORGANISÉE PAR LE FRENCH DESIGN AVEC LE SOUTIEN DU CODIFAB EN PARTENARIAT AVEC LA FRENCH TOUCH ET LA SOCIÉTÉ D'ENCOURAGEMENT POUR L'INDUSTRIE NATIONALE, L'EXPOSITION DESIGN IMPULSE PRÉSENTE, À TRAVERS UNE SCÉNOGRAPHIE PENSÉE PAR LES DESIGNERS DE DÖPPEL STUDIO, DES IMAGES, DES TEXTES ET DES PRODUITS QUI VALORISENT LA STRATÉGIE DESIGN DE 8 PME FRANÇAISES.

Une démarche globale

De l'observation du marché pour y détecter les usages latents à la conception de réponses innovantes, du développement produit en tenant compte de l'outil de production à la maîtrise des coûts, de la définition d'un territoire de marque à la sélection des bons circuits de distribution : le design est partout. Si le design est intuitivement associé à la création d'objets, il

soutient pourtant une démarche plus globale. C'est un outil stratégique de transformation de l'entreprise, qui impulse attractivité, performance, désirabilité, rayonnement international, innovation et développement durable.

Le design, nouvelle impulsion pour les marques

Le design s'invite aujourd'hui comme levier de transformation des entreprises : dans la nécessaire réduction de l'impact carbone, dans la prise en compte de la fin de vie des meubles ou encore en conciliant les exigences de l'économie circulaire avec la beauté des formes. Pour les fabricants et éditeurs de mobilier qui veulent exister et se différencier en affirmant la désirabilité de leurs créations et de leur marque, le design est alors une ressource indispensable.

AMBIANCE BAIN
DRUGEOT MANUFACTURE
MATIÈRE GRISE
NOMA EDITIONS
RÉSISTUB PRODUCTIONS
SANIJURA
SOKOA
TEMAHOME

8 STRATÉGIES D'ENTREPRISES DECRYPTÉES

L'exposition Design Impulse revient sur huit stratégies d'entreprises, soutenues par le FRENCH DESIGN INCUBATEUR. Ces éditeurs ou fabricants conçoivent des solutions innovantes pour les secteurs du bain, du bureau ou de la maison, à destination des espaces domestiques ou recevant du public, et mettent le design au cœur de leurs processus créatifs. Ces marques françaises ont en commun cette quête de la ligne idéale qui se confond avec la fonction, l'usage et l'ADN de l'entreprise. La stratégie design leur permet d'optimiser les moyens pour créer un produit juste au service de leur modèle économique.

LA PAROLE À...



NATHALIE MÉNARDAIS

Directrice marketing de Sokoa

« Chez Sokoa, le design est placé au cœur de la stratégie depuis de nombreuses années. Le design est un véritable levier de transformation qui nous pousse à concevoir des produits plus désirables, plus innovants et plus vertueux et ainsi accroître le rayonnement international de nos créations et de notre marque. »

LA PAROLE À...



PASCALE DELPLACE

Directrice développement produit et développement business de Sanijura

« Le design est au cœur de l'expertise et du savoir-faire de Sanijura. Avec un marché de la salle de bains très concurrentiel et des espaces à aménager contraints (humidité, plomberie, impératifs de rangements...), il est indispensable de proposer des produits qui répondent aussi bien aux exigences d'esthétisme que d'ergonomie. Collaborer avec des designers permet à Sanijura de se distinguer avec des détails qui font la différence, pour un produit plus désirable et pour une meilleure intelligence de l'objet au service de l'usage. Le design est une vraie valeur ajoutée ! »

100 PROJETS FRANÇAIS

LES CAHIERS D'INSPIRATION DESIGN DURABLE 2022

LES CAHIERS D'INSPIRATION "DESIGN DURABLE - 100 PROJETS FRANÇAIS" ONT ÉTÉ RÉALISÉS PAR LE FRENCH DESIGN BY VIA. ILS SONT NUMÉRIQUES, INTERACTIFS, ET ONT POUR VOCATION DE PROPOSER DES PISTES DE RÉFLEXION PROSPECTIVES AUX DESIGNERS, ÉDITEURS ET FABRICANTS EN QUÊTE DE TRANSFORMATION DURABLE.

Ces 5 cahiers thématiques apportent des éléments de réponse concrets, à travers 100 projets français représentatifs de différents chemins vers un design durable :

« **NOUVEAUX MODÈLES** » présente les projets qui relèvent de l'économie circulaire, de la mutualisation et de l'open source, ou de l'économie sociale et solidaire ;

« **PROCESS INNOVANTS** » traite des matériaux éco-innovants, des techniques alternatives et des nouvelles technologies ;

« **CONQUÊTE DES TERRITOIRES** » évoque la reconquête industrielle, les circuits courts, les savoir-faire hérités de la tradition, et les liens entre création contemporaine et artisanat ;

« **VISIONS CRÉATIVES** » est une promenade dans les esthétiques du vivant et le biomimétisme, dans la R&D ou la frugalité désirable ;

« **USAGES D'AVENIR** » esquisse enfin les nouvelles relations à l'objet, de la location & leasing jusqu'aux nouvelles expériences régénératrices qui interpellent notre conscience écologique et notre implication.



ÉTUDE PROSPECTIVE

BIEN VIVRE CHEZ SOI : LES SÉNIORS PRENNENT LA PAROLE !

QUELS DÉFIS D'AMÉNAGEMENT POUR BIEN VIEILLIR ?

AFIN DE MIEUX COMPRENDRE LES ENJEUX SOCIÉTAUX DE DEMAIN, L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS ET LE STABBI'LAB ONT MENÉ UNE ÉTUDE QUALITATIVE ET QUANTITATIVE AUPRÈS DE 292 SENIORS ÂGÉS EN MOYENNE DE 78 ANS POUR COMPRENDRE LEURS PROBLÉMATIQUES D'AMÉNAGEMENT ET APPORTER DES SOLUTIONS AUX NOUVEAUX USAGES.

Comprendre les enjeux du bien vieillir

Quelles solutions d'ameublement et d'aménagement pour permettre aux seniors de vivre mieux et le plus longtemps possible chez eux ? Cette étude prospective décrypte 4 objectifs majeurs :

- Identifier les priorités des seniors en termes de mobilier et d'aménagement du domicile.
- Comprendre les raisons pour lesquelles les seniors n'adaptent pas leur logement.
- Permettre l'accessibilité des produits au plus grand nombre.
- Accompagner les entreprises pour qu'elles puissent mieux répondre aux besoins des seniors.

Identifier les problématiques récurrentes

Porter des objets lourds, atteindre des objets en hauteur ou se baisser, accéder confortablement aux assises, bien circuler, franchir les obstacles : voilà les cinq problématiques principales rencontrées par les seniors dans leur logement. La salle de bains et la cuisine concentrent l'essentiel de ces points de difficulté.

Des terrains d'actions pour la profession

Cette étude offre aux industriels un décryptage qui leur permet d'imaginer des produits en adéquation avec les attentes des usagers. Pour les accompagner, l'Ameublement français et le Stabbi'Lab souhaitent étendre la réflexion au territoire national dès 2023, enquêter auprès d'un panel plus âgé et développer des pistes de solutions. L'objectif pour 2024 ? Opérationnaliser des concepts de co-développement de produits avec le soutien et l'appui du FCBA et du FRENCH DESIGN by VIA.

+ de 20 %

C'est le nombre de personnes âgées de 65 ans et plus en France

71 ans

C'est l'âge moyen auquel les seniors réaménagent leur logement

41 % des personnes interrogées

souhaitent réaménager leur salle de bains

LA PAROLE À...



SANDRINE LAFFITA

Responsable Support Marketing Groupe

« Cette étude a permis de faire un bel état des lieux sur les enjeux de la séniorité, directement exprimé par les concernés eux-mêmes ! C'est donc un très beau tremplin pour envisager des solutions qui amélioreront le confort d'une partie croissante de la population. »

ÉTUDE DOMOCITÉ

COMMENT LE TRAVAIL BOUSCULE TOUS NOS ESPACES DE VIE ?

DÉCRYPTER DÈS AUJOURD'HUI L'ÉVOLUTION DES USAGES POUR IMAGINER DES SOLUTIONS ADAPTÉES AUX CADRES DE VIE DE DEMAIN : C'EST LA MISSION DE DOMOCITÉ, PROGRAMME ANNUEL DE RECHERCHE APPLIQUÉE, UNE INITIATIVE DE L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS. LE SUJET DE CETTE ÉDITION : LA (R)ÉVOLUTION DES MODES DE TRAVAIL !

1/3
des actifs
sont des
travailleurs
nomades
réguliers

Ces ateliers ont été nourris par les travaux de recherche menés par l'Observatoire Actineo et FCBA, au sujet de l'évolution des modes de travail et des espaces de vie.

Le défi de la mutation des modes de travail

Télétravail, nomadisme, flex office, hybridation des besoins, tiers-lieux... les nouveaux usages relatifs au travail bousculent tous nos espaces de vie. Quels mobiliers et quels services demain pour accompagner ces changements profonds ?

Imaginer ensemble de nouveaux scénarios d'usage

Un collectif pluridisciplinaire de près de quarante acteurs (architectes d'intérieur, designers, ergonomes, opérateur d'espaces de coworking, agences, fabricants et éditeurs de mobilier...), piloté par Maobi, agence d'innovation responsable, et accompagné par trois agences de design, se sont réunis dans des ateliers d'idéation et de développement pour proposer des solutions innovantes, créatives et durables, grâce à l'apport d'expertise d'Eco-Maison.

LA PAROLE À...



THIERRY COSTE,

Associé agence
Fritsch-Durisotti

« Quoi de plus motivant pour un studio de design comme Fritsch-Durisotti que de contribuer à une réflexion prospective et libre ? Modes de vie émergents, impact du télétravail et résolution par l'aménagement intérieur... un beau défi lancé à un collectif aux compétences plurielles. À l'arrivée : une belle aventure, et plusieurs éclairages inédits et complémentaires d'un futur souhaitable. »

5 CONCEPTS PROSPECTIFS À LA LOUPE

L'OBJECTIF DE CES REGARDS CROISÉS ? IMAGINER DE NOUVEAUX SCÉNARIOS D'USAGE POUR CINQ ESPACES DE VIE ET DÉMONTRER LA VALEUR AJOUTÉE DE L'AMÉNAGEMENT ET DU MOBILIER, EN TERMES D'INNOVATION ET DE DESIGN, D'ERGONOMIE, DE FONCTIONNALITÉ, D'ÉTHIQUE ET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE.

© Fritsch - Durisotti



DANS UN PETIT LOGEMENT

« **Mobiloka** » imagine des produits polyvalents et mobiles pour répondre à l'hybridation des usages avec une proposition d'abonnement pour favoriser la fonctionnalité plutôt que l'acquisition d'objets : la table de chevet devient table pour travailler, le paravent et la table de travail se transforment en coiffeuse, et une même assise offre à l'utilisateur différentes hauteurs.

DANS UN GRAND LOGEMENT

« **Totem** » a pris le parti de placer la table de bureau dans la pièce à vivre. Mais dès que ce secrétaire mural n'est plus utilisé, il se camoufle et devient une œuvre d'art murale.

DEHORS

Au bureau ou dans un espace de co-working... mais dehors : « **La Cabane** », abri extérieur pensé pour travailler seul ou à plusieurs, bénéficie d'une structure sans sol, qui s'installe et se replie facilement, sur une terrasse ou dans un parc. Modulable, elle offre plusieurs configurations selon les besoins.

DEDANS

Dans un bureau ou un espace de coworking : « **Merci Yvette** » est une bulle de concentration éphémère, dépliable et nomade, qui allie travail individuel et synergie collective, en apportant de l'intimité et de la confidentialité, tout en évitant de cloisonner l'espace.

À L'HÔTEL

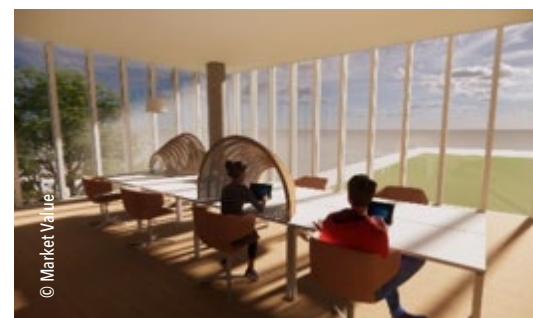
« **Label Workplace** » : pourquoi ne pas imaginer un label qui prenne en compte la classification des hôtels, les conditions de confort, d'équipement, de services et de prestations ?

Une autre piste de réflexion propose du mobilier de très haute facture, alliant tradition et modernité avec le savoir-faire d'un placage d'ébénisterie et l'exigence de la technologie nécessaire au poste de travail. Pensé aussi bien pour une chambre que pour une suite, ce mobilier transforme les espaces en salle de réunion.

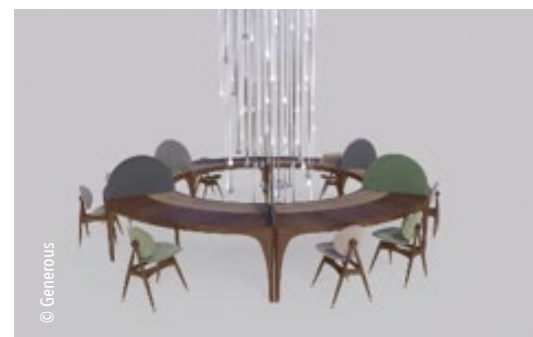
© Generous



© Market Value



© Market Value



© Generous



© Schmidt Gruppe

3

FACILITER LA CONQUÊTE ET LA TRANSFORMATION DES ENTREPRISES

- P. 26 **DOSSIER INTERNATIONAL**
OBJECTIF + 100 % : la filière booste sa croissance à l'international !
- P. 28 UN TEMPS FORT DU RAYONNEMENT INTERNATIONAL
- P. 30 LA NOTORIÉTÉ APPLIQUÉE AUX ENJEUX BUSINESS
- P. 32 L'OPÉRATION #MEUBLEZVOUSFRANÇAIS SIGNE LA SAISON 3
- P. 34 L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS VALORISE L'OFFRE FRANÇAISE
- P. 35 DÉCRYPTER LES PARCOURS D'ACHAT : les clés de succès pour performer sur le marché contract



REMETTRE L'INTERNATIONAL AU CŒUR DES STRATÉGIES DES ENTREPRISES

OBJECTIF + 100 % : LA FILIÈRE BOOSTE SA CROISSANCE À L'INTERNATIONAL !

LE GROUPE DES EXPORTATEURS DE L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS (GEM) A MENÉ UNE ÉTUDE STRATÉGIQUE AMBITIEUSE VISANT À CONSTRUIRE LE CADRE DE LA RECONQUÊTE DES MARCHÉS VERS L'INTERNATIONAL. L'OBJECTIF ? DÉCRYPTER LES FAIBLESSES ET IDENTIFIER LES CLÉS DE SUCCÈS POUR DOUBLER LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES FABRICANTS FRANÇAIS À L'INTERNATIONAL D'ICI 2030.

LA PAROLE À...



DAVID SOULARD

Directeur général de Gautier,
Président du Groupe d'Exportateurs de
Meubles (GEM) de l'Ameublement français

« En premier lieu, l'étude permet d'avoir des informations géopolitiques actualisées, notamment sur les endroits où le meuble français peut avoir un territoire d'expression fort dans les années à venir. J'ai apprécié d'apprendre comment d'autres pays s'organisaient pour mettre en valeur leur fabrication à l'export, et d'entamer la réflexion sur : comment chasser en meute à l'international et comment font d'autres pays ? Tout le travail des mois à venir consistera à identifier les supports sur lesquels s'appuyer pour pouvoir être reconnus et développer notre visibilité à l'international. »



ARNAUD DU MESNIL

Directeur général
Lafuma Mobilier

« La filière du meuble se trouve confrontée en sortie de covid à de nouveaux enjeux de compétitivité, d'évolution des préoccupations des consommateurs, et de transition énergétique. Face à cela, la profession engage un travail collectif pour identifier les leviers d'action individuels et collectifs pour rayonner et mieux performer à l'international. C'est une première étape courageuse et nécessaire, qui peut s'appuyer sur la force de l'action collective de la filière, les savoir-faire reconnus de ses acteurs à l'international et les exemples inspirants de réussite d'autres secteurs qui font rayonner l'art de vivre à la française. »

Répondre au déficit de compétitivité

Le constat est sans appel : avec 15 % en moyenne de leur chiffre d'affaire réalisé à l'export, les fabricants français d'ameublement restent de faibles exportateurs face aux autres acteurs internationaux.

À l'aune des grandes mutations économiques et écologiques qui transforment la filière, comment renforcer la présence de l'offre française sur la scène internationale ? Le GEM s'est associé au cabinet EY afin d'identifier les actions clés pour assurer l'ambition de croissance des acteurs français à l'export.

Des leviers concrets pour accompagner la montée en puissance

Précise et concrète, cette étude dresse un benchmark international et intersectoriel et dessine les axes de progrès envisagés pour gagner des parts de marché à l'international.

Le virage ne se prendra qu'au soutien d'actions de long terme : proposition de valeur, adap-

tation des produits aux particularités de chaque marché, recherche et innovation, durabilité, amélioration de l'expérience client, valorisation des atouts et des promesses du fabriqué en France...

Réinventer la feuille de route à horizon 2030

Pour atteindre ces objectifs, quelle feuille de route stratégique opérationnelle et financière suivre ces prochaines années ?

- Soutenir trois piliers stratégiques et opérationnels : accompagner opérationnellement toutes les entreprises, faire rayonner la marque France pour le secteur à l'international et renforcer la compétitivité de la filière en privilégiant la transversalité avec les secteurs connexes ;

- Activer trois accélérateurs : embarquer sur trois ans les entreprises volontaires sur le marché des États-Unis, structurer une offre Contract, accompagner la

digitalisation et l'accès aux market places.

Chacun axe est articulé autour d'une soixantaine d'actions. Cette feuille de route replace l'international au centre de la stratégie des entreprises !

OBJECTIFS 2030 :

x2
de chiffre d'affaires
international

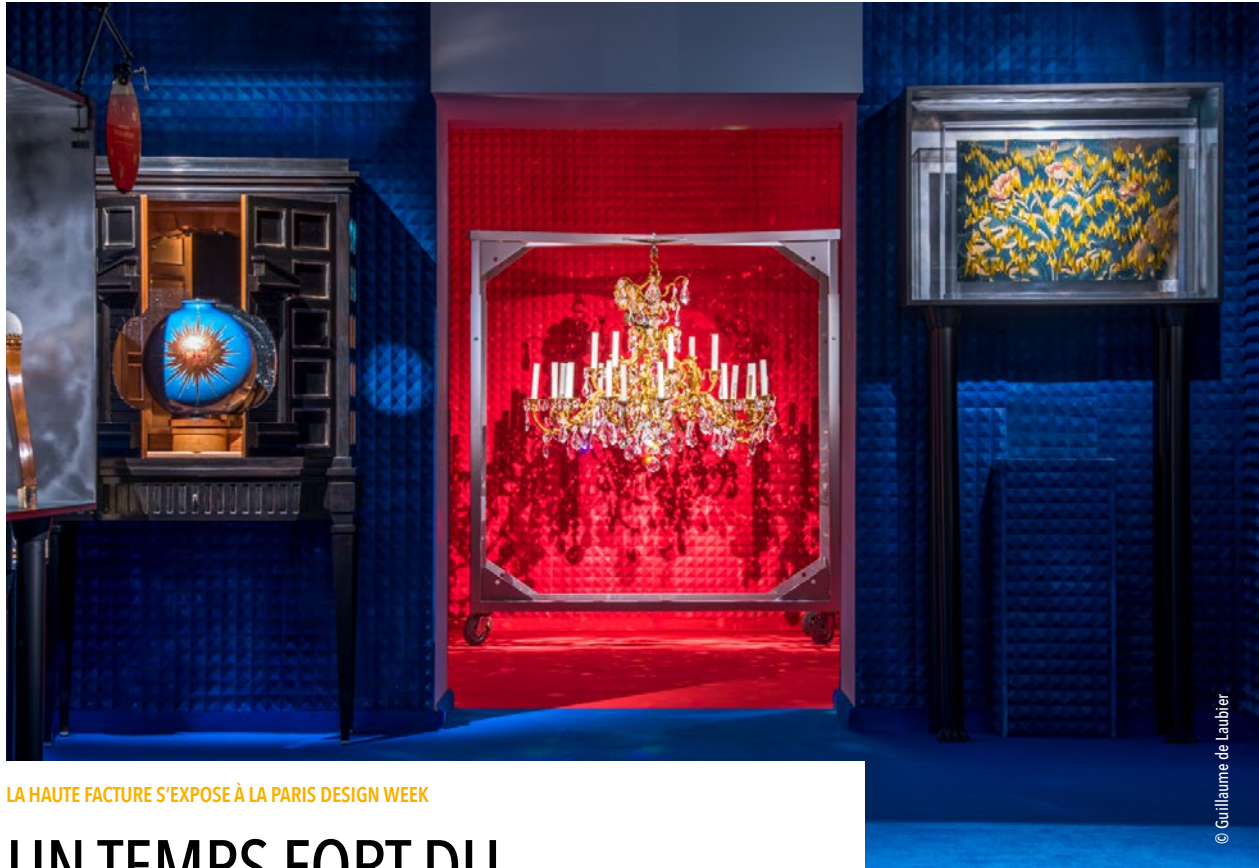
100
entreprises
accompagnées/an

5 nouveaux
primo-exportateurs/an

40 %
du CA hors Europe

33 % de réduction
du déficit commercial

9 000
emplois créés



LA HAUTE FACTURE S'EXPOSE À LA PARIS DESIGN WEEK

UN TEMPS FORT DU RAYONNEMENT INTERNATIONAL

PLUS QU'UN SIMPLE ENJEU DE VISIBILITÉ, CETTE EXPOSITION A ÉTÉ L'OCCASION POUR LES MARQUES FRANÇAISES DE GÉNÉRER DES RENCONTRES, POUR TOUJOURS PLUS D'OPPORTUNITÉS DE COLLABORATIONS AVEC LES PRESCRIPTEURS ET LES DONNEURS D'ORDRE FRANÇAIS ET INTERNATIONAUX.

En septembre 2022, l'exposition *Psychanalyse d'un meuble à quatre pattes* a été inaugurée à l'occasion de la Paris Design Week. Pour la première fois, l'Ameublement français a présenté treize Maisons d'excellence, mises en scène sous la forme d'un cabinet de curiosités pensé par le fantasque décorateur Vincent Darré. Dans le cadre unique de la Monnaie de Paris, ces manufactures aux savoir-faire d'exception ont expo-

sé des pièces iconiques ou des créations inédites, spécialement pensées pour l'occasion. Le succès remporté par cet événement, notamment auprès du public de prescripteurs, confirme la force des initiatives collectives portées par les marques et l'intérêt de décloisonner les événements hors les murs des salons. Un exemple réussi de rayonnement collectif au soutien des ambitions business !

4200 visiteurs
très qualifiés dont
80 % prescripteurs

32 retombées presse
+ 2 passages TV
(TV5 et France 2)

112 000 personnes
touchées
sur les réseaux sociaux

38 acheteurs
internationaux
ont visité l'exposition
à l'initiative du GEM



Duvivier Canapés © Guillaume de Laubier

LA PAROLE À...



MARTIN PIETRI

Président des Manufactures Emblem et Président du Groupement Haute facture de l'Ameublement français

« L'exposition Haute Facture à la Monnaie de Paris en septembre 2022 a été un signal fort envoyé par et pour la profession. La soirée de lancement qui a attiré plus de 700 personnes, principalement architectes d'intérieurs et journalistes, français et étrangers, a été l'évènement de la Design Week parisienne. Les journées d'exposition suivantes ont également permis de nous adresser au grand public. Outre cette prise de parole forte et engagée de la Haute facture, cette magnifique exposition aura été l'occasion pour l'Ameublement français de montrer la grande diversité de ses membres. »



© Luc Castel

Philippe Moreau,
Président de
l'Ameublement français,

Martin Pietri,
Président des
Manufactures Emblem
et Président du
Groupement
Haute facture de
l'Ameublement français,

Catherine Distler,
Directrice Générale
Adjointe de la Monnaie
de Paris,

Vincent Darré,
Designer et commissaire
de l'exposition,

au vernissage
de l'exposition
*Psychanalyse d'un
meuble à quatre pattes.*



RAYONNER PENDANT LES SALONS

LA NOTORIÉTÉ APPLIQUÉE AUX ENJEUX BUSINESS

LES SALONS SONT DES OCCASIONS DE FAIRE RAYONNER L'OFFRE FRANÇAISE À TRAVERS DES ENGAGEMENTS COLLECTIFS (STAND, BANNIÈRE MY FURNITURE IS FRENCH...) POUR PLUS D'OPPORTUNITÉS BUSINESS.

Place à l'inspiration et aux rencontres ! À l'occasion du salon EquipHotel, l'Ameublement français a imaginé un espace inédit pour croiser les regards sur les dernières tendances et insights marché du secteur Cafés-Hôtels-Restaurants (CHR). L'INTERIOR DESIGN CENTER, laboratoire contract & agen-

cement créé en partenariat avec Intramuros, a décrypté les mutations business, environnementales et sociétales de la profession, pour repenser l'aménagement et l'art de recevoir de demain. Donneurs d'ordre et fabricants ont répondu ensemble aux enjeux du marché.



LA PAROLE À...



MAX FLAGEOLLET

Vice-président du Groupement Contract et Agencement et Directeur de Ligne Roset Contract

« C'est plus qu'un temps fort : en l'absence de presse spécialisée dans le design hôtelier, l'INTERIOR DESIGN CENTER est une occasion unique de confronter et d'échanger les points de vue des investisseurs, des acheteurs, des architectes d'intérieur et des fabricants sur les grandes tendances de l'équipement hôtelier. C'était particulièrement le cas cette année en période post-pandémie, alors que les parcours d'achats se révèlent de plus en plus complexes, que les enseignes se multiplient, et que les codes de l'hospitalité se répandent dans d'autres espaces, comme le bureau, le coworking, le coliving tous les CO se soudent ou encore les bibliothèques et les musées. Autant d'enjeux qui peuvent se traduire en un seul fil conducteur : discutons des usages ! »

L'INTERIOR DESIGN CENTER c'est :

5 jours de rencontres

500 auditeurs visiteurs professionnels aux tables rondes

8 conférences et interviews

30 intervenants

ET AUSSI ...

LA FRENCH TOUCH EN 5 PARCOURS PENDANT MAISON&OBJET



Dans le cadre de l'édition de janvier 2023 du salon Maison&Objet, l'Ameublement français a créé 5 parcours, dont une mise en scène imaginée par l'architecte d'intérieur et designer Pierre Gonalons, mettant en lumière les marques françaises sous la bannière My furniture is french. L'occasion de découvrir les collections inédites des grandes maisons qui présenteront leurs nouvelles collections sur le salon, le off (avec le parcours Chic in the city) et la plateforme MOM.

Un événement visité par :
25 acheteurs internationaux
et **150 journalistes**

ESPRIT MEUBLE

30 marques membres de l'Ameublement français ont été valorisées dans le cadre d'un parcours France : un itinéraire clé en main pour les visiteurs !

EUROBOIS

Durant 4 jours, le stand des Équipementiers abordait les sujets stratégiques de la profession lors de talks et de conférences. Au programme ? Innovations et solutions en matière d'aménagement bois.



FABRIQUÉ AVEC COEUR
DANS NOS RÉGIONS
#MEUBLEZVOUSFRANÇAIS

UNE FILIÈRE ET DES PARTENAIRES TOUJOURS PLUS ENGAGÉS

L'OPÉRATION #MEUBLEZVOUSFRANÇAIS SIGNE LA SAISON 3

INITIÉE EN JUIN 2020, L'OPÉRATION #MEUBLEZVOUSFRANÇAIS MARQUE L'ALLIANCE INÉDITE ENTRE FABRICANTS ET DISTRIBUTEURS POUR PROMOUVOIR L'OFFRE FRANÇAISE ET SOUTENIR L'INDUSTRIE SUR NOS TERRITOIRES. EN OCTOBRE 2022, APRÈS DEUX ÉDITIONS À SUCCÈS, LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION « À L'ORIGINE » REMET LE CONSOMMATEUR AU COEUR DE SON DISCOURS..

À l'origine il y a Maël, Côme, Nico, Chloé...

À travers ce troisième volet, la campagne #Meublezvousfrançais revient aux sources de l'inspiration des fabricants français en mettant en scène les consommateurs qui utilisent les meubles dans leurs quotidiens pour travailler, se détendre ou partager des moments de convivialité.

Une manière de créer proximité et émotion entre fabricants et utilisateurs.

Un rayonnement collectif

Engagée pour soutenir la production française et sensibiliser le consommateur à l'impact positif d'un achat local, cette alliance inédite, et désormais pérenne, mobilise chaque année des partenaires distributeurs et des fabricants.

Depuis son lancement en 2020, l'opération #Meublezvousfrançais, c'est :

26
partenaires distributeurs

113
partenaires engagés

3 campagnes
de communication omnicanales

+ de 14 millions
de personnes touchées

LA PAROLE À...



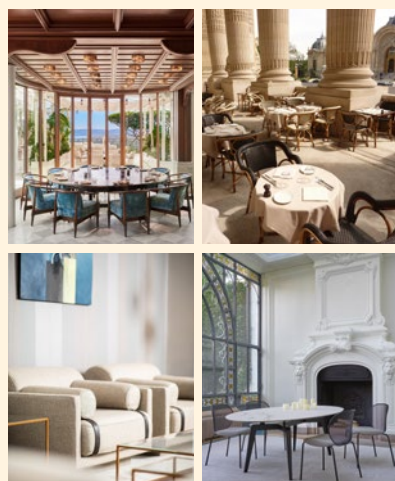
**SANDRINE
GUICHARD**

Directrice Maison et
Décoration, Retail &
B2B de La Redoute

« Avec une industrie ancrée dans le Nord de la France (pour la production de canapés, matelas et sommiers), la Redoute est une entreprise attachée à un approvisionnement local. À ce titre, il était logique pour la Redoute de rejoindre l'opération #Meublezvousfrançais, dont nous sommes partenaire depuis la première édition, en 2020. Nous partageons cet engagement en faveur du développement durable et de la réduction de l'empreinte carbone. Cette campagne, authentique et qui valorise les talents de la fabrication, répond à un vrai enjeu de consommation. »

L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS VALORISE L'OFFRE FRANÇAISE

REVENDIQUER LES MARQUES FRANÇAISES COMME SOURCE D'INSPIRATION DÉSIRABLE DANS LE PARCOURS DES DONNEURS D'ORDRE ET DE LA PRESCRIPTION, EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL : TELLE EST LA STRATÉGIE DIGITALE DÉVELOPPÉE PAR L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS.



INSTAGRAM ET PINTEREST : INSPIRER LE MONDE ENTIER !

 **18 000 abonnés**

Le compte Instagram @myfurnitureisfrench valorise les intérieurs de style français inspirants. Suivi par des prescripteurs, journalistes, architectes d'intérieur ou passionnés, en France et à l'international, il est devenu un compte de référence dans le paysage digital de l'art de vivre.

 **450 visiteurs mensuels**

Le compte Pinterest @myfurnitureisfrench propose des tableaux d'inspiration pour permettre aux architectes, aux designers et au grand public d'imaginer des intérieurs aussi chics qu'éclectiques.

LINKEDIN : UN RÉSEAU PUISSANT POUR FÉDÉRER LA PROFESSION

 **12 600 abonnés**

Success stories, grands rendez-vous et actualités incontournables... C'est sur le compte LinkedIn de l'Ameublement français que cela se passe ! Avec une communauté de 12 600 abonnés, ce réseau permet d'animer et de fédérer la profession. Avec une croissance de 30 % de sa communauté en 2022, le compte LinkedIn de l'Ameublement français s'impose comme un réseau influent pour les professionnels de l'ameublement.

ET AUSSI ...

387 retombées presse

2 300 000 personnes touchées en moyenne sur nos réseaux sociaux en 2022

167 711 visites sur le site ameublement.com

S'ADAPTER AUX MUTATIONS

DÉCRYPTER LES PARCOURS D'ACHAT : LES CLÉS DE SUCCÈS POUR PERFORMER SUR LE MARCHÉ CONTRACT

CARTOGRAPHIE GLOBALE, BENCHMARK, INTERLOCUTEURS INCONTOURNABLES : L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS RÉVÈLE LES CLÉS DE SUCCÈS POUR COMPRENDRE LES PARCOURS D'ACHAT COMPLEXES DU MARCHÉ CONTRACT (EN PARTICULIER SUR LE SECTEUR DE L'HOSPITALITY) ET FACILITER LA CONTRACTUALISATION D'AFFAIRES POUR LES ACTEURS DE L'AMEUBLEMENT ET DE L'AGENCEMENT. UNE ÉTUDE CONCRÈTE ET DES OUTILS CLAIRS, POUR NE MANQUER AUCUNE OPPORTUNITÉ BUSINESS !

Comprendre un marché en mutation

Le parcours d'achat Contract est traversé par des changements structurels et conjoncturels qui ont accéléré les tendances et changé les modes de collaborations : la crise sanitaire a fragilisé le secteur (et donc ses marges de manœuvres économiques), et les décisionnaires, prescripteurs et intermédiaires, se sont multipliés face à une hausse des besoins des donneurs d'ordre qui ne sont plus des investisseurs forcément experts de l'hôtellerie.

Des clés pour faciliter les collaborations

Réalisée en partenariat avec l'agence MKG Consulting, cette étude inédite analyse la chaîne d'acteurs d'un projet Contract (donneurs d'ordre, fabricants, agences, intermédiaires...) et élabore des scénarios afin d'identifier les engagements de chaque partie prenante, au cours du projet. L'objectif ? Interroger le rôle des nombreux interlocuteurs et fournisseurs de la filière, pour permettre aux fabricants et agences de s'engager plus efficacement dans le parcours d'achat mais aussi de travailler son offre de service.

Une étude menée avec la participation de 10 marques membres de l'Ameublement français :

Treca, Ligne Roset, Fermob, Hasap, Malvaux, Dizy, Lafuma Mobilier, Elemen, Resistub production et Collinet.

Face aux changements ? Adapter sa stratégie !

Quels leviers pour les fabricants et les agences pour assurer leur croissance ? Pragmatique, cette étude propose d'activer des stratégies commerciales et marketing efficaces, d'identifier la meilleure façon d'organiser la chaîne de valeur et les services à plus-value auprès des clients et de déployer de nouveaux processus d'achat en réponse aux besoins des différents profils de clients. Les marchés évoluent, les stratégies aussi !

En travaux préalables, l'Ameublement français a publié en 2021 l'étude « Location & Contrats de service : un modèle d'avenir pour le mobilier ? » qui explore l'opportunité et les modalités de mise en place d'une offre locative et/ou servicielle à destination du marché contract.

LA PAROLE À...



PHILIPPE DENAVIT

Président du Groupe Malvaux, Président du Groupement Contract et Agencement de l'Ameublement Français

« Le marché du Contract, porté par la dynamique des JO de 2024, concerne plus de 200 entreprises membres de l'Ameublement français sur l'ensemble de nos métiers. Que nous soyons déjà fournisseurs de ce marché ou nouveaux entrants, cette étude donne des clés qui permettront aux premiers de s'adapter et aux autres d'appréhender les enjeux du parcours d'achat. Un outil à la mesure de l'enjeu de la fabrication française dans un monde qui bouge ! »



© Sébastien Sasoulas

ANNEXES

P. 38
LES CHIFFRES RSE

P. 40
QUI SOMMES-NOUS ?

P. 41
NOS SERVICES

P. 42
L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS
VOUS REPRÉSENTE

P. 44
CHIFFRES CLÉS MARCHÉ

LES CHIFFRES RSE

UNE INDUSTRIE AU CŒUR DES TERRITOIRES, FACTEUR DE COHÉSION SOCIALE

15 000

ETI, PME, TPE EN FRANCE

Des entreprises familiales
ou des aventures entrepreneuriales

76 %

DES ÉTABLISSEMENTS EN DEHORS
DES ZONES MÉTROPOLITAINES

Un tissu économique vivant qui contribue
à un aménagement équilibré du territoire

60 000*

EMPLOIS

Une filière génératrice
d'emplois de qualité

* Incluant les entrepreneurs

DES EMPLOIS DURABLES

Près de 1,5 FOIS MOINS D'EMPLOIS EN CDD
qu'au niveau national (5,1 % vs 7,6 %).

DES EMPLOIS TOURNÉS VERS LES JEUNES

Avec 7 % DES EFFECTIFS EN APPRENTISSAGE,
la fabrication d'ameublement
est une des 10 branches les plus dynamiques.

DES EMPLOIS ÉQUITABLES

L'écart salarial hommes-femmes est 2 fois moins
élevé que dans le reste de l'économie française
(7,2 % vs 16,3 %).

UN ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL FORT

1,25 MILLION

DE TONNE DE MEUBLES EN FIN
DE VIE A ÉTÉ COLLECTÉE
EN 2022 PAR LES ÉCO-ORGANISMES

+ DE 8 000

POINTS DE COLLECTE

Un maillage territorial au plus près
des particuliers comme des professionnels.

92,9 %

DE DÉCHETS D'AMEUBLEMENT
SONT RECYCLÉS OU REVALORISÉS

325 M€

ONT ÉTÉ INJECTÉS EN 2022
POUR FINANCER LA COLLECTE,
LE RECYCLAGE ET LA
REVALORISATION

12 %

DES ÉMISSIONS DE GES* ANNUELLES
SONT STOCKÉES DANS LA FORÊT

Principale matière de l'ameublement,
le bois issu de forêts gérées durablement,
contribue au puits de carbone.

* Gaz à effet de serre

0,7 %

DE CROISSANCE ANNUELLE
DE LA FORÊT DEPUIS 1985

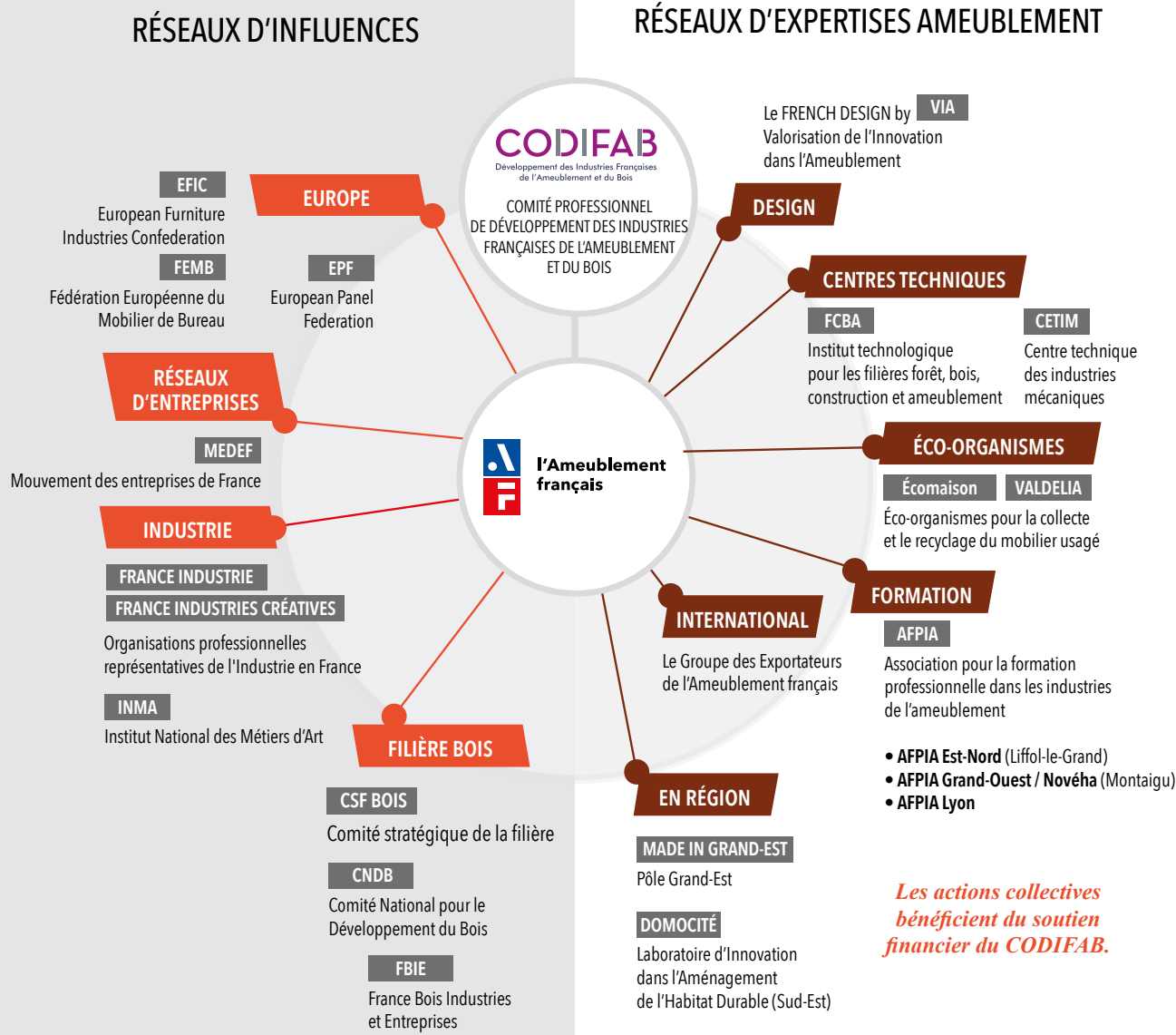
L'industrie de l'ameublement
n'épuise pas les ressources naturelles :
les matériaux locaux sont favorisés.

QUI SOMMES-NOUS ?

LA FORCE DU RÉSEAU

NOS SERVICES

L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS VOUS APPORTE DES SOLUTIONS



VEILLE

Retrouvez toute l'actualité du secteur décryptée par nos équipes !

CHIFFRES ET ÉTUDES

L'Ameublement français offre à ses adhérents divers outils d'expertise économique afin de les accompagner dans leur prise de décision.

INTERNATIONAL

Le Groupe des Exportateurs de l'Ameublement français accompagne les professionnels français de l'ameublement dans leur développement à l'export.

PARTAGE, RÉSEAUX ET DIGITAL

Rencontres, clubs, groupes de travail... L'Ameublement français facilite l'échange entre tous les acteurs de la chaîne de valeur. Une source d'innovation et de business !

SOCIAL ET FORMATION

Le service social accompagne les industriels pour toutes les questions sociales et la négociation de la Convention Collective.

JURIDIQUE ET FISCAL

Tous les adhérents de l'Ameublement français, peuvent contacter notre service juridique pour bénéficier de conseils et d'informations en droit des affaires, propriété intellectuelle, fiscalité, etc.

RSE ET TECHNIQUE

Les industriels de l'Ameublement français composent quotidiennement avec la réglementation technique et environnementale. Des services et des outils d'information ont été mis en place par l'Ameublement français pour répondre à leurs besoins.

ACCOMPAGNEMENT AU DÉVELOPPEMENT

Transformation digitale, financement, valorisation... L'Ameublement français met en place des actions de sensibilisation et des outils pour vous accompagner dans le développement de votre entreprise face aux grandes mutations.

AVANTAGES ET PARTENARIATS

L'Ameublement français signe des partenariats de plus en plus essentiels dans la stratégie de développement des entreprises.



L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS VOUS REPRÉSENTE



CATHY
DUFOUR,
DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE
DE L'AMEUBLEMENT
FRANÇAIS

LA PAROLE À...

« Porter la voix des adhérents auprès des pouvoirs publics et des différentes parties prenantes de la filière ameublement (notamment les donneurs d'ordre) fait partie des missions régaliennes de l'Ameublement français en tant qu'organisation professionnelle. Les douze derniers mois ont été comme toujours très actifs de ce point de vue.

Face à une **conjoncture inflationniste sur l'énergie et les matières premières**, nous sommes mobilisés :

► En coordination avec France Industrie, nous avons contribué aux **ajustements des dispositifs des aides de l'État sur l'énergie**, notamment en revoyant la période de référence pour la comparaison du pourcentage du chiffre d'affaires, afin de permettre à un plus grand nombre d'entreprises de bénéficier d'un accompagnement.

► Tous les 6 mois, nous avons transmis à notre réseau de donneurs d'ordre publics comme privés la **note actualisée de conjoncture sur les matières premières, en l'enrichissant des données liées au coût de l'énergie et de la main d'œuvre**. Les retours positifs sur cette publication sont nombreux, tant côté fabricants que clients.

► Nous avons fait récemment le point avec la Direction Générale des Entreprises à Bercy sur **l'effet de ciseaux que connaît le secteur entre inflation forte qui pèse sur la marge des entreprises et ralentissement de la consommation**, afin de sensibiliser les services de l'État à la situation du secteur.

Cette année a aussi été l'occasion de nombreux échanges avec le Ministère de la Transition Écologique sur **l'applicabilité de la loi Anti-Gaspillage et pour l'Économie Circulaire (AGEC)**.

► Plus d'un an après l'entrée en vigueur de **l'Article 58, imposant 20 % de la commande publique de mobilier en réemploi**, nous avons dressé le bilan des difficultés rencontrées dans l'application du décret : marché non mature, incertitudes sur les normes, pratiques détournées... Nous avons proposé au Commissariat Général au Développement Durable (CGDD) des évolutions qui seront en grande partie reprises dans le prochain décret modificatif.

► L'obligation de communiquer au consommateur des **informations environnementales (Art. 13 de la loi AGECE)** a généré des travaux collaboratifs avec la distribution et les autres filières sur sa mise en place, conduisant le MEDEF - porte-parole du collectif - à demander un report d'un décret paru trop peu de temps avant sa date théorique de mise en application.

► Nous avons également contribué, notamment pour notre groupement **Panneaux-UIPP**, à **éclaircir le champ d'application de la REP PMCB** (Produits et Matériaux de Construction du Bâtiment).

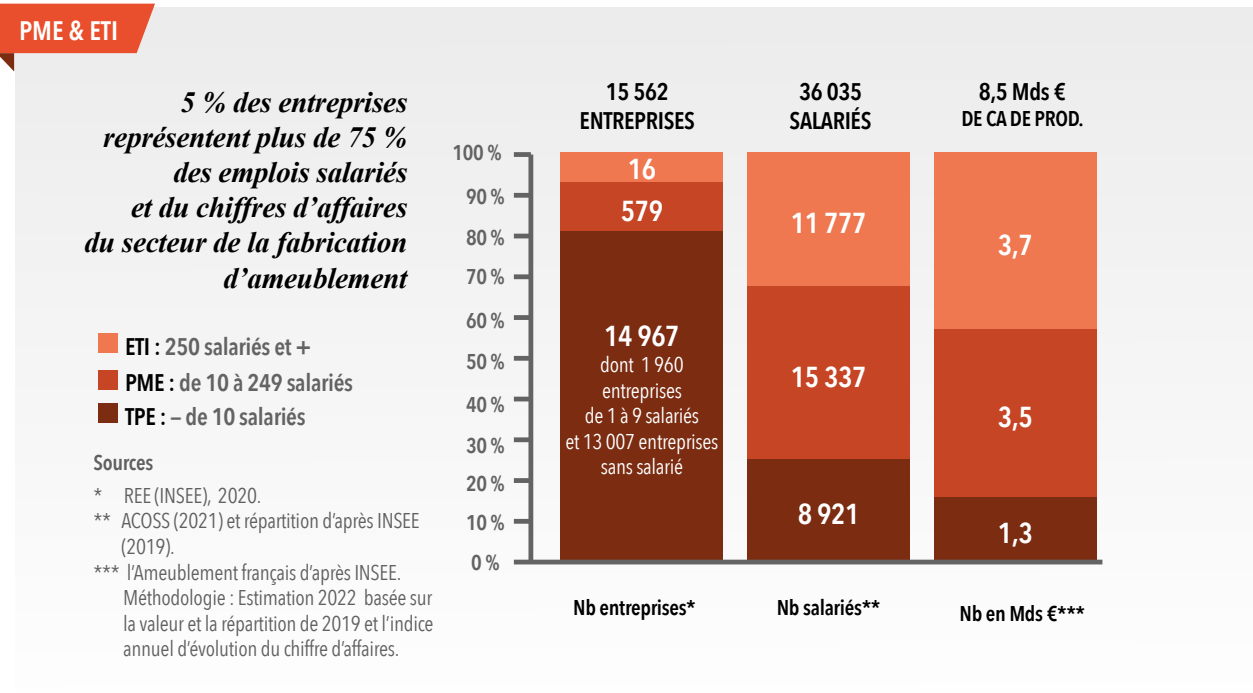
► Avec le FCBA, nous avons poursuivi nos travaux sur **l'affichage environnemental** (impacts gaz effet de serre, eau, air) et notamment demandé à l'ADEME et le Ministère de la Transition Écologique de cadrer l'expérimentation de façon plus serrée, afin d'éviter la prolifération de démarches similaires mais peu transparentes.

Des problématiques proches ont également été travaillées avec notre fédération européenne, l'EFIC, afin de contribuer au projet de directive ESPR (**Ecodesign for Sustainable Products Regulation**), afin de faire bénéficier les travaux européens de l'avance que nous avons en France sur ces sujets.

Autre problématique qui nous mobilise fortement : **l'accès à la ressource bois et la hiérarchisation des usages aussi bien au niveau français qu'europpéen**. Face à une demande croissante en bois de différents secteurs, les tensions sont de plus en plus palpables. Si la hiérarchie des usages est inscrite dans la loi, aucune vue d'ensemble n'existe pour évaluer les conflits potentiels et arbitrer. C'est un sujet clé tant pour les acteurs du panneau pour que les fabricants de meubles. Au sein du Comité Stratégique de Filière Bois, désormais présidé par Dominique Weber, nous avons porté ce sujet activement. Une étude en cours permettra prochainement d'objectiver ce sujet avec des projections à 2030-2050.

Ce sont bien entendu les sujets principaux. Mais notre action a également porté sur plusieurs autres thématiques : contribution au niveau européen aux travaux de REACH relatifs à la restriction du formaldéhyde, valorisation du Crédit d'Impôts Métiers d'Arts (CIMA) en vue d'obtenir sa prolongation après 2023, échanges avec le député Frédéric Descrozailles porteur du projet de loi sur les relations entre fournisseurs et distributeurs, chasse aux « resquilleurs » à l'éco-contribution en association avec EcoMaison, etc. »

CRÉATION DE VALEUR SUR LE TERRITOIRE



SANTÉ FINANCIÈRE

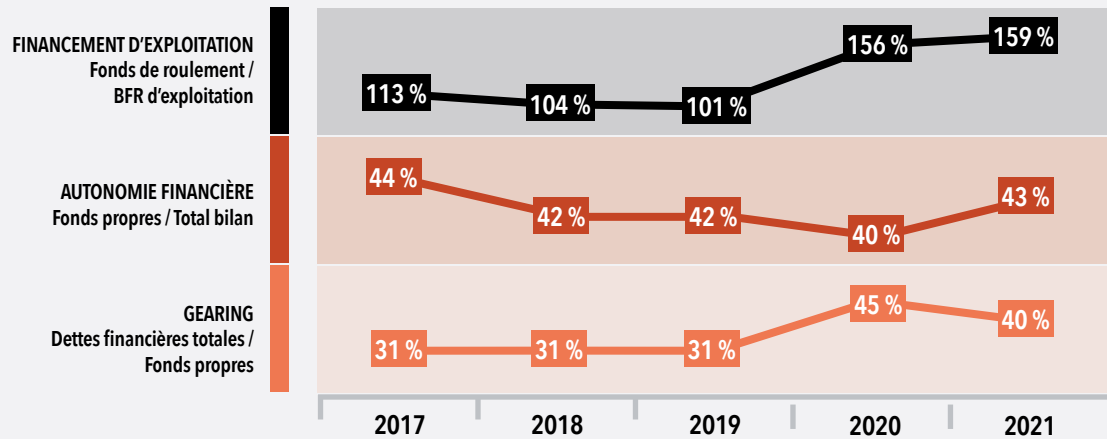
Des ratios économiques qui s'améliorent légèrement en 2022.

ÉVOLUTION DÉMOGRAPHIQUE

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Créations	931	933	1104	1114	1312	1131
Liquidations judiciaires	146	115	122	57	42	69
Cessations	120	165	148	114	110	141
Indice de dynamisme économique	3,5	3,33	4,09	6,51	8,63	5,39

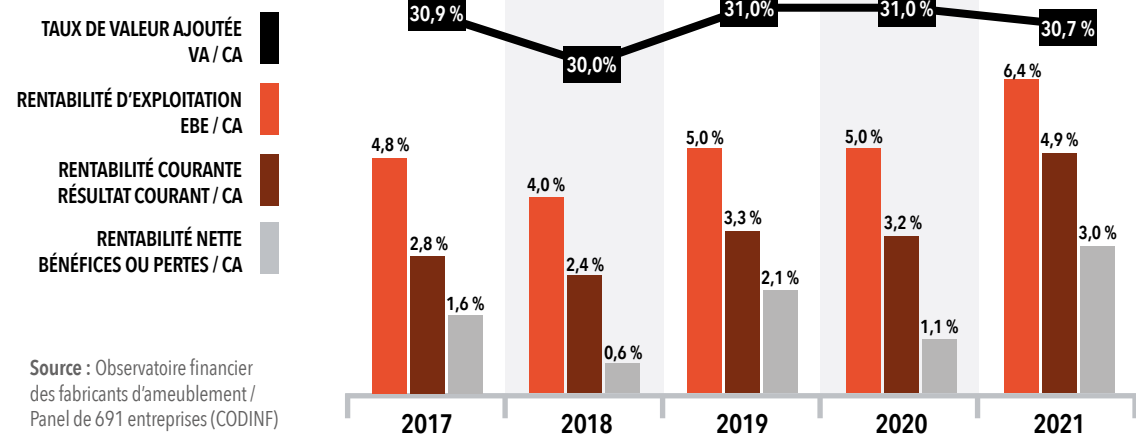
Source : CODINF - Entreprises de la NAF 31 - Fabrication de meubles

ÉVOLUTION DE LA STRUCTURE FINANCIÈRE



Source : Observatoire financier des fabricants d'ameublement / Panel de 691 entreprises (CODINF)

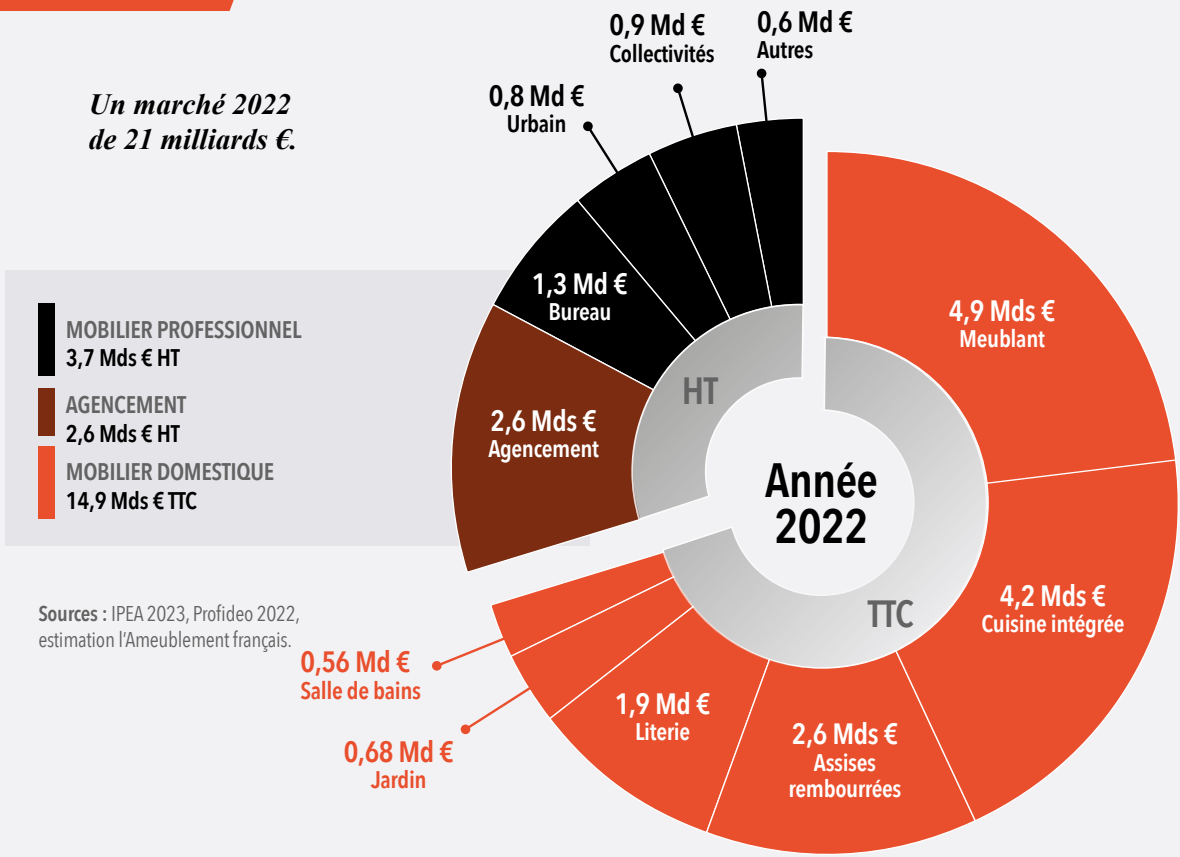
ÉVOLUTION DE LA RENTABILITÉ



Source : Observatoire financier des fabricants d'ameublement / Panel de 691 entreprises (CODINF)

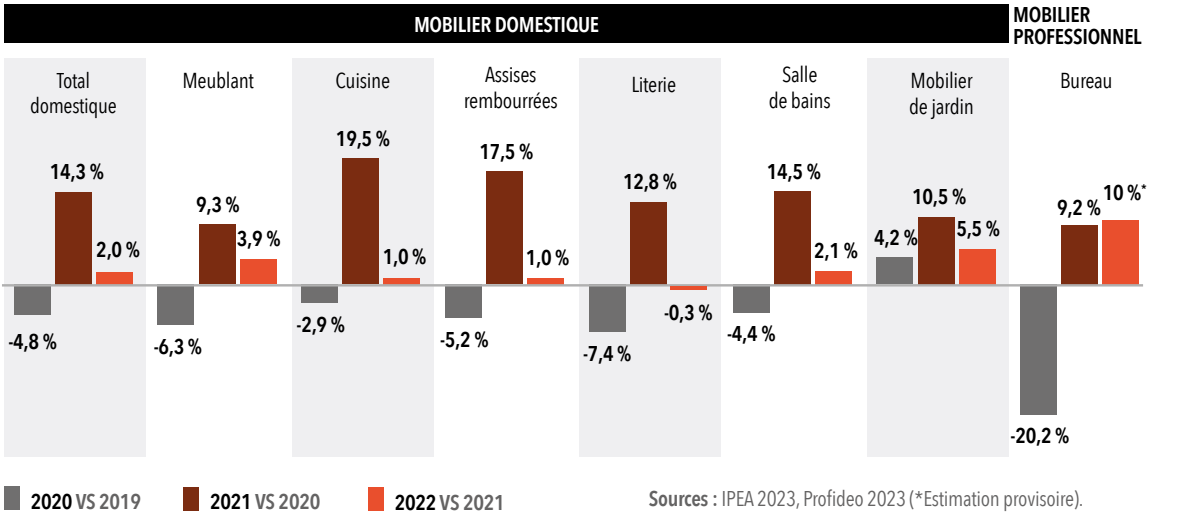
MARCHÉ FRANÇAIS

SEGMENTS DE PRODUITS



ÉVOLUTION DU MARCHÉ 2022

Un marché du mobilier domestique en légère croissance en valeur mais en baisse en volume (environ -5 % vs 2021).



MARCHÉ FRANÇAIS

CIRCUIT DE DISTRIBUTION DU MOBILIER DOMESTIQUE EN 2022

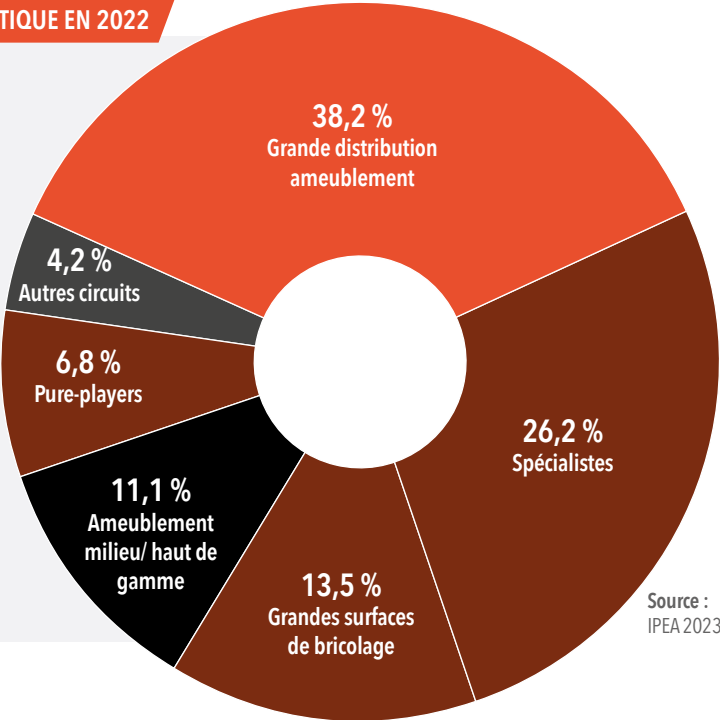
Grande distribution ameublement : Alinéa, But, Conforama, Ikea, Maisons du Monde, etc.

Spécialistes : tous magasins spécialisés tels que les spécialistes cuisine, literie, salon, bains, etc.

Ameublement milieu et haut de gamme : Mobilier de France, Monsieur Meuble, petits magasins de meubles généralistes, Ligne Roset, Roche Bobois, etc.

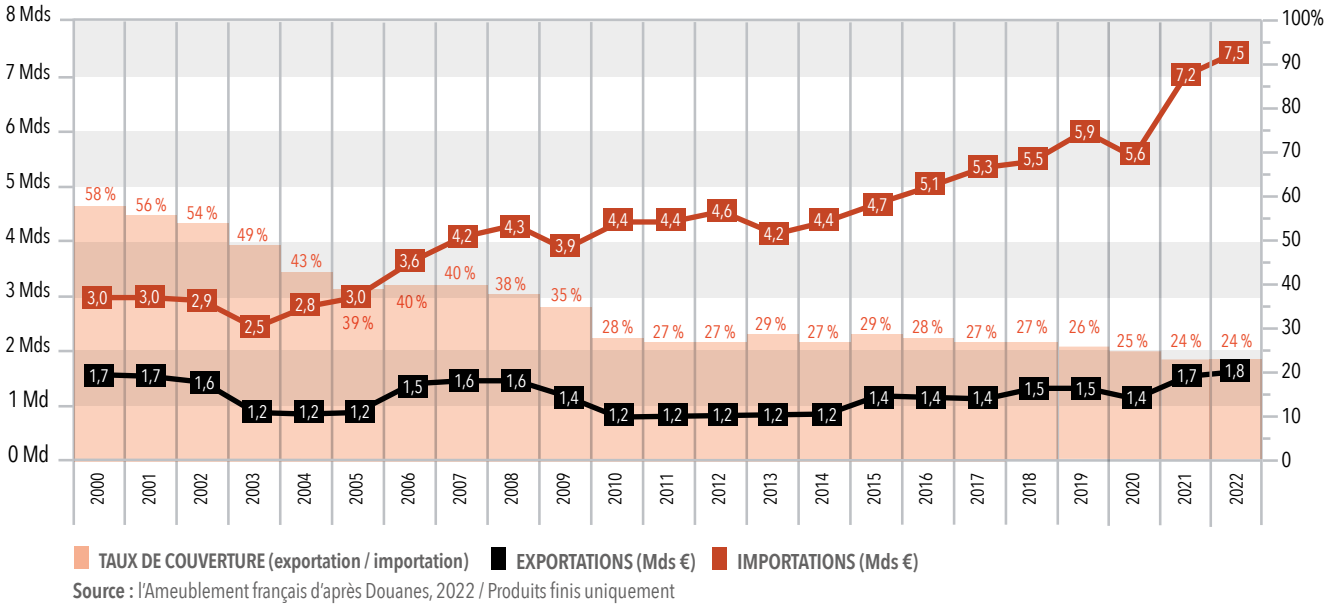
Pure-players : enseignes vendant uniquement des meubles en ligne.

Autres circuits : artisans, magasins non spécialisés meubles dont grandes surfaces alimentaires, discounters, etc.



Source : IPEA 2023

ÉVOLUTION DU COMMERCE EXTÉRIEUR DE PRODUITS FINIS D'AMEUBLEMENT (en Mds €)

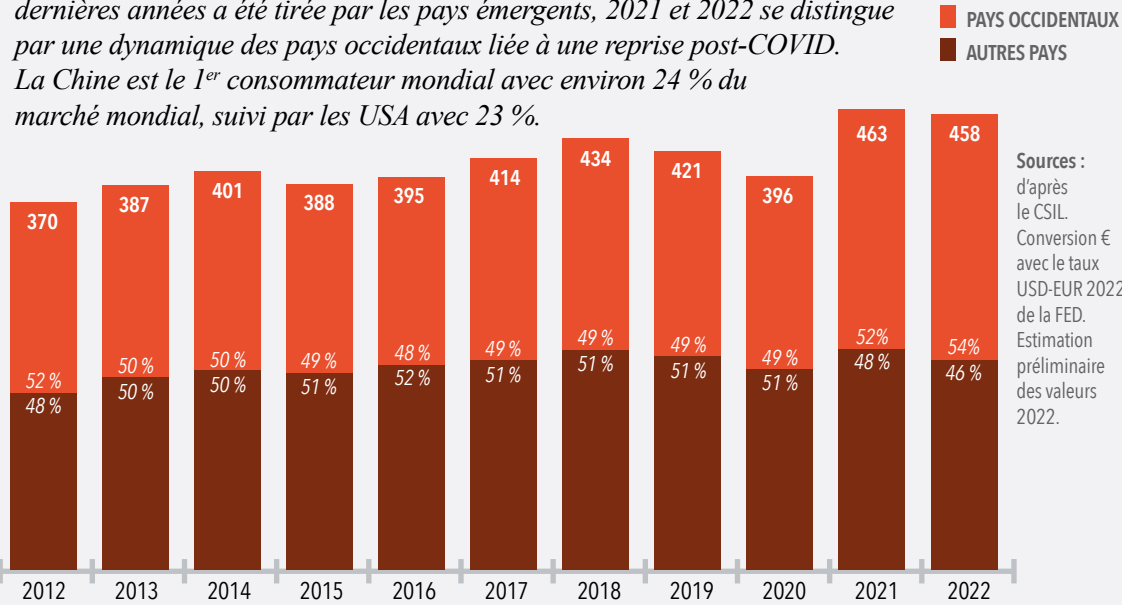


INTERNATIONAL

CONSOMMATION MONDIALE (en Mds €)

UN MARCHÉ MONDIAL EN BAISSSE : -1,2 % EN 2022 VS 2021.

Un marché mondial de près de 460 Mds €. Alors que la croissance des dix dernières années a été tirée par les pays émergents, 2021 et 2022 se distingue par une dynamique des pays occidentaux liée à une reprise post-COVID. La Chine est le 1^{er} consommateur mondial avec environ 24 % du marché mondial, suivi par les USA avec 23 %.



Sources : d'après le CSIL. Conversion € avec le taux USD-EUR 2022 de la FED. Estimation préliminaire des valeurs 2022.

EXPORTATION 2022 DE PRODUITS FINIS D'AMEUBLEMENT



1,8 Md €

DE PRODUITS FINIS EXPORTÉS EN 2022
73 % des exportations françaises en Europe

1	SUISSE	12 %
2	ALLEMAGNE	12 %
3	ESPAGNE	10 %
4	ROYAUME-UNI	9 %
5	ÉTATS-UNIS	9 %
6	ITALIE	9 %
7	BELGIQUE	9 %
8	PAYS-BAS	3,3 %
9	CHINE	2,6 %
10	PORTUGAL	2,3 %
11	POLOGNE	1,1 %
12	MAROC	1,0 %
13	ÉMIRATS ARABES UNIS	1,0 %
14	CORÉE DU SUD	0,9 %
15	LUXEMBOURG	0,9 %

Source : l'Ameublement français - D'après les données douanes 2022



CONTACTEZ-NOUS

l'Ameublement français
120, avenue Ledru-Rollin
75011 Paris

Tél. : 01 44 68 18 00

Cathy Dufour,
Déléguée générale
cathy.dufour@ameublement.com

Catherine Vereecke,
Directrice communication et marchés
catherine.vereecke@ameublement.com

RETOUR SUR 2022



**l'Ameublement
français**



#myfurnitureisfrench / #meublezvousfrançais

Retrouvez-nous
sur www.ameublement.com

avec le soutien du

CODIFAB
Développement des Industries Françaises
de l'Ameublement et du Bois