

CAHIER DES CHARGES

French *Living*
in Motion

by  **l'Ameublement
français**

 **FRENCH
DESIGN**

CODIFAB
Développement des Initiatives Françaises
de l'Ameublement et du Déco

**DIRECTION ARTISTIQUE :
EXPOSITION ET ESPACE
COLLECTIF DE MARQUES
FRANCAISES**

**MILAN DESIGN WEEK
FUORISALONE 2026**

du 21/04/26 au 26/04/26

I. L'ÉVÉNEMENT

INTRODUCTION :

Le FRENCH DESIGN, le GEM et L'Ameublement français s'associent pour présenter un événement unique, illustrant l'excellence du design et des savoir-faire français lors de la Milan Design Week 2026, sur le off de la scène internationale.

Cet évènement sera composé d'une **exposition phare** qui mettra en lumière **25 à 30 pièces emblématiques** d'ameublement de marques françaises. Un **espace collectif** de marques présentant les nouveautés produits de **10 à 15 entreprises françaises** sélectionnés viendront compléter cette exposition.

Cet évènement, se déroulera dans un espace de **500 m²** environ en plein cœur de Brera, autour d'une **scénographie commune** signée d'un grand nom, sous la bannière **French Living in Motion (FLIM)**, étendard de la filière vers l'international.

Cette célébration du design français se veut être l'un des moments forts de cette semaine internationale du design.

I. L'ÉVÉNEMENT

OBJECTIFS :

- **Faire rayonner l'art de vivre à la française**
- **Valoriser les savoir-faire français** : les pièces présentées sont toutes fabriquées en France et issues de savoir-faire d'excellence.
- **Offrir aux marques engagées** du secteur d'être présentes à Milan.
- **Favoriser la visibilité et les opportunités professionnelles** dans un seul et même lieu sous une bannière reconnaissable par les prescripteurs.
- **Créer une identité graphique forte** qui permet de lier les trois espaces du projet décrits dans la slide suivante (exposition, espace collectif et espace de networking/ coworking).

I. L'ÉVÉNEMENT

LES TROIS ESPACES :

1. **Une exposition centrale sous la curation du Le FRENCH DESIGN** : 25 à 30 pièces emblématiques de fabricants et designers français seront exposées.
2. **Un espace collectif de marques françaises** : 10 à 15 marques de renom y seront représentées, chacune bénéficiant d'un emplacement propre au sein de ce dispositif commun.
3. **Un espace de networking/ coworking** : espace dédié aux exposants pour échanger avec des clients, des prescripteurs.

I. L'ÉVÉNEMENT

PRINCIPE SCÉNOGRAPHIQUE :

La scénographie devra répondre aux exigences suivantes :

- Une scénographie inspirée d'un nouveau courant de design français : **DESIGN LYRIQUE, le nouveau souffle des arts décoratifs français** en cohérence avec les **valeurs de FLIM (French Living In Motion)**. *Cf détails slides 8 et 9 et voir annexe : brand book FLIM*. À noter que ce courant ne sera pas le titre de l'exposition.
- Une scénographie poétique et impactante avec une **identité graphique inspirée par FLIM** commune aux trois espaces.
- Une scénographie qui **valorise les pièces de l'exposition et les marques françaises** présentes sur l'espace collectif.
- Une scénographie qui doit être pensée de manière responsable : **low impact**

II. LES 3 ESPACES

1. L'EXPOSITION

PRÉSENTATION :

- Curation et choix de pièces : **Le FRENCH DESIGN**
- Nombre de pièces : **25 à 30 pièces**
- Superficie : **environ 150 à 200 m²**
- Toutes les pièces sont réalisées par de **créateurs et fabricants français**

II. LES 3 ESPACES

1. L'EXPOSITION

ANGLE > NOUVEAU COURANT FRANCAIS : DESIGN LYRIQUE, LE NOUVEAU SOUFFLE DES ARTS DÉCORATIFS FRANÇAIS

C'est un nouveau design qui va déferler comme une vague **centenaire** à Milan !

D'une galerie d'art new-yorkaise à un hôtel dubaïote, d'un bureau de Shanghai à un restaurant londonien, l'Ameublement français sublime les espaces et éveille les sens. Son DESIGN LYRIQUE, nouveau souffle des arts décoratifs sur le design contemporain français, **révolutionne** en douceur un quotidien saturé d'uniformité.

Qu'on les nomme décorateurs, éditeurs, fabricants, artisans, ensembliers, designers ou architectes d'intérieur ; qu'on leur reconnaisse leur créativité décomplexée et transdisciplinaire, leur sens de la couleur, de l'**espace** ou du concept; partout, on plébiscite les **savoir-faire** français dans une quête d'**émotion**, de **poésie**, de **mémoire**, d'**excellence**, d'**innovations**, de matériaux inouïs, d'expérience **durable** et d'**art de vivre**.

Ce DESIGN LYRIQUE illuminera les espaces **FRENCH LIVING IN MOTION** de la Milan Design Week 2026

➤ À noter que cet angle ne sera pas le titre de l'exposition.

II. LES 3 ESPACES

1. L'EXPOSITION

ANGLE : EN COHÉRENCE AVEC LES VALEURS DE FLIM (French Living In Motion)

FRENCH LIVING IN MOTION

« une histoire d'**amour** »

« les **siècles passés** ont fait la réputation de la France pour l'**excellence** de ses savoir-faire »

« faire rayonner la singularité de l'**art de vivre** à la française sur la scène internationale. »

TO FEEL GOOD

« aujourd'hui liant **arts décoratifs**, et demain portant la **créativité** »

« de **décorer le monde à sa façon** et de se sentir bien »

« c'est l'expression de la culture française aujourd'hui et demain qui place l'homme et son bien-être au centre. Une culture qui inscrit **le mobilier dans son décor** »

TO FEEL WELCOME

« Un art qui éveille **les sens** »

« notre sens de l'hospitalité, tourné vers **la rencontre**, la conversation »

« Une **indiscipline** joyeuse et humaniste »

TO LIVE A DREAM

« ce petit-je-ne-sais-quoi »

Poétique : « La beauté du geste pour **sublimer** des espaces, s'évader hors du temps à la rencontre des **émotions** »

(cf. annexe brand book FLIM)

II. LES 3 ESPACES

1. L'EXPOSITION

EXEMPLES DE PIÈCES :



Fauteuil After Club
Designer et Editeur : Laclaux
Fabricant : Canapé Club
Création

Banc Le Jardin a des ailes
Designer : Jean-Charles de
Casteljacob
Fabricant et Editeur : Fermob



Applique Auguste I
Designer et Editeur : Constance
Guisset
Fabricant : Versant

Chaise Hiruki
Designer : Iratzoki.studio
Fabricant et Editeur : Alki



II. LES 3 ESPACES

1. L'EXPOSITION

EXEMPLES DE PIÈCES :



Fauteuil Barbara
Jean-Philippe Nuel (designer) x
Pauline Angotti (artiste)
Fabricant et Editeur : Duvivier Canapés

Tabouret Bishop
Designer : India Mahdavi
Fabricant et Editeur : Emaux
de Longwy



Panneau mural Snowy Mountains
Designer : Laura Gonzalez
Fabricant et Editeur: Maison Pouenat

Chaise Crecy
Designer : Grégoire de la Forêt
Fabricant et Editeur : Mercoeur



II. LES 3 ESPACES

2. L'ESPACE COLLECTIF

- **Un espace collectif réunira entre 10 et 15 entreprises françaises** soigneusement sélectionnées, venues présenter leurs nouveautés produits en complément de l'exposition.
- **Chaque marque disposera d'un espace individuel** composé de pièces, de cartels explicatifs et d'un texte de présentation. Ces espaces, bien que distincts, ne seront pas cloisonnés comme des stands traditionnels, mais **conçus pour dialoguer visuellement entre eux**.
- **La scénographie**, inspirée de celle de l'exposition centrale mais pensée dans une version allégée, **assurera la cohérence de l'ensemble** : exposition principale, espace collectif des marques, et zone de networking/coworking.
L'objectif principal est de valoriser les pièces exposées : la scénographie jouera un rôle de mise en lumière, en soutien aux œuvres, sans jamais leur faire de l'ombre.

II. LES 3 ESPACES

3. L'ESPACE DE NETWORKING/ COWORKING

L'espace networking/ coworking est un **espace de convivialité dédié aux échanges et rencontres** entre les exposants, leurs clients et les prescripteurs internationaux.

La scénographie constituera le fil conducteur unifiant l'exposition, l'espace collectif ainsi que l'espace de networking et de coworking.

III. LES MISSIONS

INTRODUCTION

L'agence de création sera en charge de la **direction artistique du projet pour assurer la cohérence de l'ensemble des espaces tout en respectant les valeurs de FLIM.**

Elle travaillera **en synergie avec les exposants et les parties prenantes** pour garantir l'intégration du projet.

L'agence de création devra :

- Respecter le **calendrier de production**
- Être aligné avec les **réglementations et contraintes techniques du lieu** (dont les enjeux de livraison et d'installation dus à la ville de Milan)

III. LES MISSIONS

INTRODUCTION

La direction artistique comprendra :

- 1. Le concept scénographique**
- 2. L'identité visuelle de l'événement**
- 3. Le suivi de la production**

III. LES MISSIONS

1. LE CONCEPT SCÉNOGRAPHIQUE

Développer un **concept scénographique engageant pour les trois espaces** :

- Exposition (150 à 200 m²) : présentation de 25 à 30 pièces emblématiques sous la curation du Le FRENCH DESIGN
- Espace collectif de 10-15 marques françaises gérées par le GEM (Groupement des Exportateurs de Meuble)
- Espace de networking/coworking
- Accueil et circulation

III. LES MISSIONS

2. L'IDENTITÉ VISUELLE DE L'ÉVÉNEMENT

- Concevoir l'**identité graphique globale** de l'exposition, de l'espace collectif et de l'espace de networking/coworking tout en assurant une **cohérence visuelle** entre les trois espaces.
- Les **fichiers sources** de l'identité graphique doivent être **transmis à une agence com/ RP milanaise** qui sera missionnée par l'Ameublement français pour faire rayonner notre event dans la presse et s'inscrire dans le parcours visiteurs milanais; ainsi que des actions d'animation afin de driver de l'audience vers notre event.
- La conception de l'identité graphique comprend également la **production** (impression) et la **livraison** de la signalétique globale de l'événement.

Signalétique globale de l'événement et du parcours visiteurs (print):

- Affiche ANG et IT et déclinaison digitale pour les réseaux sociaux Key Visuals ANG
- Bannière(s) externe(s) ANG et IT
- Textes de présentation de l'exposition et des espaces individuels des marques ANG et IT
- Cartels des pièces de l'exposition et de l'espace collectif ANG et IT
- Signalétique intérieure et extérieure ANG et IT
- Autres

III. LES MISSIONS

3. LE SUIVI DE PRODUCTION

- **Produire un brief détaillé pour l'agence de production et le directeur de production** afin d'assurer la mise en œuvre de la scénographie et des supports graphiques définis pour les différents espaces.
- **Suivi de l'agence de production** pour assurer la **réalisation**, la **livraison** et l'**installation** selon les deadlines de tous les livrables :
 - La scénographie des trois espaces
 - La signalétique des trois espaces
 - Les éléments de communication visuelle et du parcours visiteurs

IV. LE LIEU (TBC)

AM.PM en avril 2025

PRÉSENTATION

- Emplacement : 11 Via Statuto, Milan
- Quartier : en plein cœur de Brera
- Superficie : 500m²
- Espace : rez-de-chaussée sur cour et 1^e étage avec terrasse
- Accès : par la cour en passant par le porche de l'immeuble
- Pour info : l'espace était occupée par la marque AM.PM en avril 2025



IV. LE LIEU (TBC)

ESPACES INTÉRIEURS

AM.PM en avril 2025



IV. LE LIEU (TBC)

ESPACES INTÉRIEURS



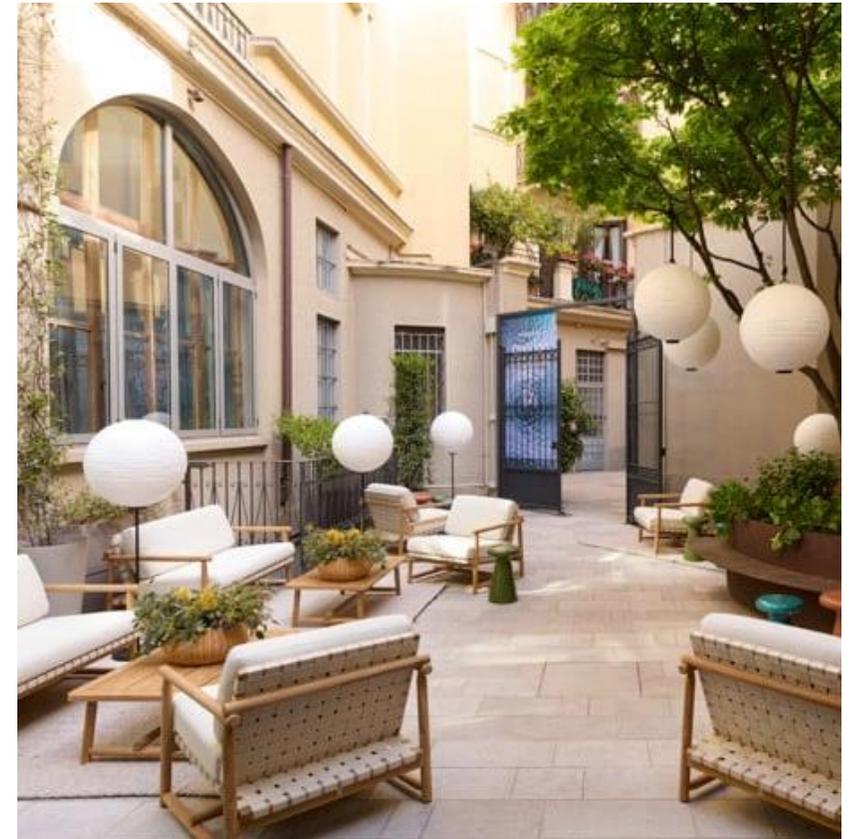
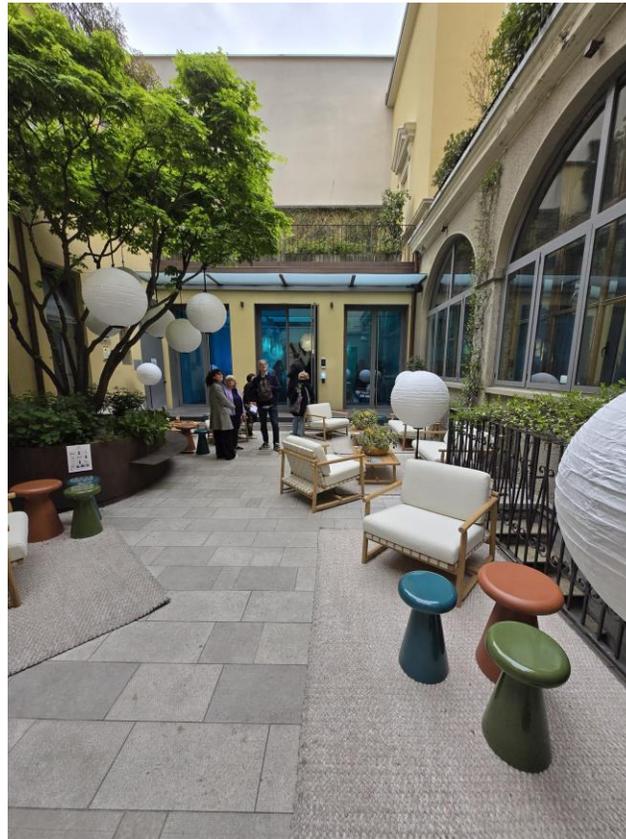
AM.PM en avril 2025



IV. LE LIEU (TBC)

ESPACES EXTÉRIEURS

AM.PM en avril 2025



IV. LE LIEU (TBC)

PLAN



LEGENDA

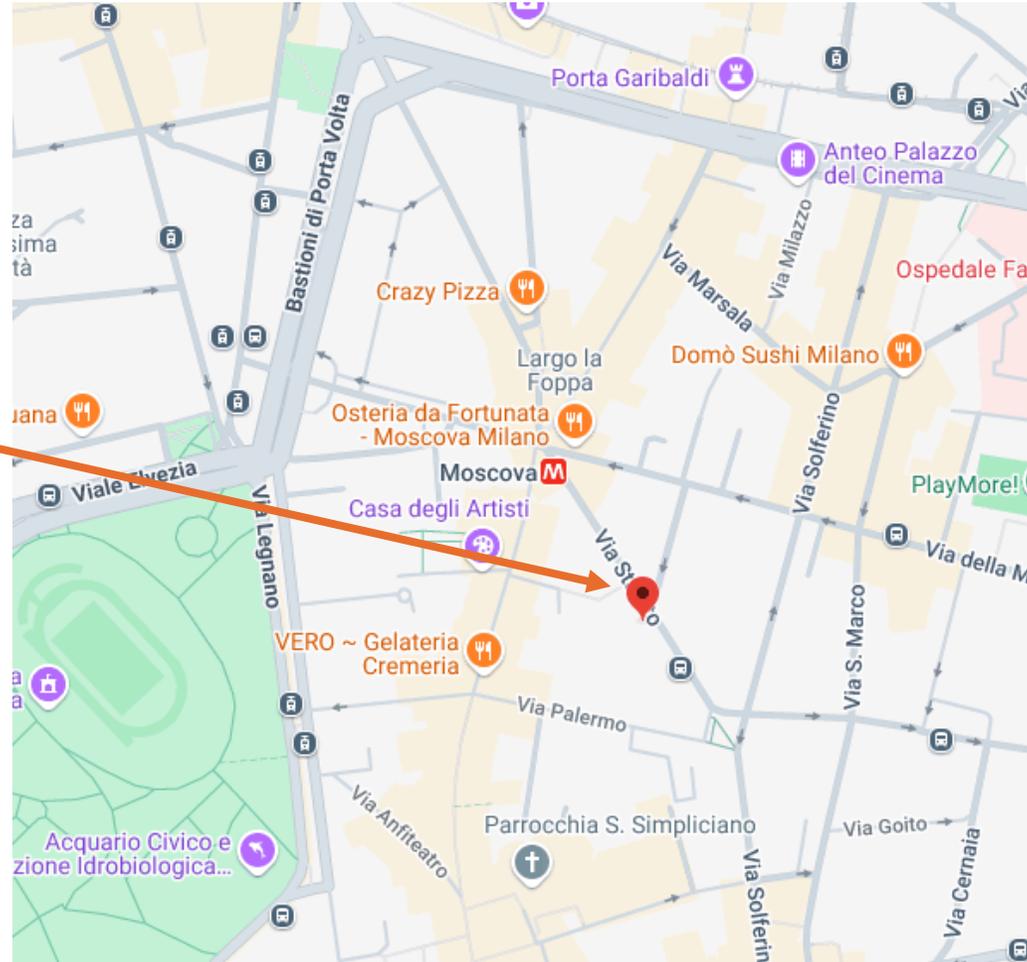
Espaces extérieurs	included in the offer	● AREE ESTERNE - ingresso/retro (pertinenza esclusiva)
Entrée	partially included in the offer	● MYSLOT - luogno di ingresso
Open spaces	included in the offer	● HIVE 1 e HIVE 2 - open space
Avant Garden	included in the offer	● AVANTGARDEN + area break
Mezzanine	not included in the offer	● Piano soppalcato - We Meet 1
		● Blocco servizi Services

IV. LE LIEU (TBC)

EMPLACEMENT

11 Via Statuto, Milan

Métro : Moscova (ligne 2)



V. ACTEURS DU PROJET

➤ CLIENTS

- [Le FRENCH DESIGN](#)
- [L'Ameublement français](#)
- Le GEM (Groupement des Exportateurs de Meuble)



➤ PRESTATAIRES :

- **Agence de production et directeur de production:** chargés de la **production, de la livraison et de l'installation** de la scénographie et des supports graphiques (signalétique, textes explicatifs, cartels, plans, enseignes, etc.)
- **L'agence de gestion logistique des pièces:** devra assurer la gestion logistique des pièces exposées dans les trois espaces, garantissant leur transport sécurisé, leur stockage et leur installation sur site.
- **Le régisseur du lieu:** le régisseur du lieu sera l'interlocuteur principal sur place et fournira toutes les informations nécessaires et utiles pour mener à bien la production de l'événement.
- **L'agence RP:** missionnée par l'Ameublement français pour faire rayonner notre évènement dans la presse milanaise et internationale.

VI. PHASE 1 : PRÉSÉLECTION

1. NOTE D'INTENTION ET CROQUIS

Le candidat devra fournir une note d'intention exposant sa vision scénographique du projet, ainsi qu'un croquis d'intention permettant d'illustrer les grandes lignes de sa proposition.

- La note d'intention devra faire 1 à 2 pages maximum.
- Le croquis d'intention pourra être présenté sur une page distincte, au format A4 ou A3.

Ces éléments sont à soumettre pour la phase 1, avant le vendredi 6 juin 2025.

VI. PHASE 1 : PRÉSÉLECTION

2. BUDGET

Le candidat devra proposer une enveloppe budgétaire pour chaque livrable :

- Moodboards, concepts visuels et 3D des 3 espaces validés par les parties prenantes
- Plans scénographiques des 3 espaces : plan d'implantation, d'électricité, d'exécution, de découpe
- Cahier des charges pour l'agence de production (plans d'exécution, de découpe)
- Charte graphique et éléments de communication visuelle
- Concept signalétique et parcours visiteurs
- Suivi de l'agence de production pour assurer la réalisation, la livraison et l'installation selon les deadlines de tous les livrables

L'enveloppe budgétaire est à soumettre pour la phase 1, avant le vendredi 6 juin 2025.

VII. PHASE 2 : LIVRABLES

1. LIVRABLES ATTENDUS

L'agence de création devra pour fournir les éléments listés ci-dessous :

- Images :
 - Moodboards de recherche
 - Croquis
 - Visuels concept scénographique
- Visuels 3D :
 - 3D de la scénographie des trois espaces
 - 3D de l'implantation des pièces dans l'exposition et dans l'espace collectif
- Cahier des charges détaillé pour l'agence de production
- Plans :
 - Plan de scénographie générale (exposition + espace collectif + espace networking/coworking)
 - Plan d'implantation des pièces de l'exposition et de l'espace collectif
 - Plan d'électricité des trois espaces
 - Plan d'exécution à destination de l'agence de production

Validation du concept scénographique globale avant le 30 septembre 2025.

VII. PHASE 2 : LIVRABLES

1. LIVRABLES ATTENDUS

- Charte graphique, éléments de communication visuelle, signalétique et parcours visiteurs :
 - Affiche ANG et IT et déclinaison en trois formats pour les réseaux sociaux Key Visuals ANG
 - Bannière(s) externe(s) ANG et IT
 - Textes de présentation de l'exposition et des espaces individuels des marques ANG et IT
 - Cartels des pièces de l'exposition et de l'espace collectif ANG et IT
 - Signalétique interne et externe ANG et IT
 - Autres

L'affiche de l'événement et les key visuals doivent être validés avant le 30 septembre 2025.

VIII. RÉTROPLANNING

DATES CLÉS

DEADLINE DEPOT DOSSIERS DE PRÉSÉLECTION
06/06/2025

PRÉSENTATION BRIEF - EN PRÉSENTIEL AU 120
AVENUE LEDRU ROLLIN 75011 PARIS
Semaine du 09/06/2025

SELECTION SCÉNOGRAPHE
Semaine du 16/06/2025

ÉVÉNEMENT
21/04/2026 au 26/04/2026

MONTAGE (dates à préciser)
14/04/2025 au 20/04/2025

DÉMONTAGE (dates à préciser)
27/04/2026 au 30/04/2026

(cf. annexe retroplanning général)

MERCI !

« *Contenu strictement confidentiel* »

French Living
in Motion

by  l'Ameublement
français

 FRENCH
DESIGN

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