French
Living
in Motion

BRIEF/AO
PROJET COLLECTIF

MILAN DESIGN WEEK
20 - 26 AVRIL 2026

by l'Ameublement français | CODIFAB Développement des Industries Françaises de l'Ameublement et du Bois | FRENCH DESIGN

18/09/2025

CONTEXTE

- Le **FRENCH DESIGN, le Gem et L'Ameublement français s'associent pour présenter un événement unique** qui mettra en lumière, **60 à 70 pièces emblématiques d'ameublement de marques françaises, illustrant l'excellence du design et des savoir-faire français lors de la Design Week Milan 2026**, sur le off de la scène internationale. Une opportunité sans précédent de valoriser la présence française, sa singularité à travers le meilleur de sa création (fabricants, artisans, éditeurs, designers).

- Cet évènement, se déroulera en plein cœur de Brera autour d'une **scénographie commune signée** par l'Agence Jakob+MacFarlane, sous la bannière French Living in Motion*, étendard de la filière vers l'international.

*French Living in Motion, est l'étendard d'une industrie créative où fabrication d'ameublement et design français se rassemblent pour faire rayonner la singularité de l'art de vivre à la française sur la scène internationale.
Ce mouvement initié par le Codifab, Comité professionnel de Développement des Industries Françaises de l'Ameublement et du Bois, soutient l'essor de l'industrie française dans le monde entier, et ses valeurs incarnées par les designers, les fabricants et tous métiers afférant à l'ameublement français, en phase avec les enjeux du 21ème siècle.

French *Living* in Motion

QUI SOMMES-NOUS ?

Les parties prenantes	Présentation	Responsabilité projet milan
Le FRENCH DESIGN	Le FRENCH DESIGN valorise l'Innovation dans l'Ameublement et l'architecture d'intérieur. Tête chercheuse depuis quarante ans, il décrypte les tendances du cadre de vie contemporain et initie études et projets prospectifs, favorisant les rencontres entre créateurs, designers, architectes, scientifiques, artisans, industriels et éditeurs, décloisonnant les disciplines pour imaginer les espaces de vie de demain. Le FRENCH DESIGN accompagne les entreprises dans leur transformation créative vers un avenir plus digital, plus nomade et plus durable, incube leurs projets et contribue à leur promotion. Il fait rayonner l'art de vivre à la française sur les cinq continents.	- Direction artistique & production globale scénographie - Curation, suivi logistique, & signalétique Espace Le Défilé
Le GEM	Le Groupement Export du Meuble de France (GEM) a pour mission d'accompagner les marques françaises de l'ameublement dans leur conquête de nouveaux marchés, et leur monter en compétences à l'export. Le Gem promeut l'offre française, fait rayonner l'art de vivre et l'excellence industrielle française à l'international, sous la bannière « French Living in Motion » à travers sa présence mondiale sur des collectives.	- Commercialisation, relation marques, logistique, signalétique et coordination des pièces l' Espace Les Maisons & espace mezzanine VIP
L'Ameublement français	L'Ameublement français est l'organisation professionnelle des acteurs de la fabrication d'ameublement et de l'aménagement des espaces de vie. Accélérateur de son industrie, l'Ameublement français facilite la conquête des entreprises de la filière vers les marchés nationaux et internationaux, encourage l'innovation et les savoir-faire afin de s'adapter aux enjeux sociétaux et environnementaux de demain. Convaincu de la force du collectif, l'Ameublement français est un acteur engagé sur les scènes politiques, économiques, et sociales pour faire rayonner l'excellence industrielle et l'art de vivre à la française.	- Communication globale, RP et animation soirées - Aide Signalétique espace Les Maisons

French *Living* in Motion

L'ÉVÈNEMENT

1. Le lieu
2. Les scénographes
3. Le concept scénographique

SCÉNOGRAPHIE

1. Le lieu

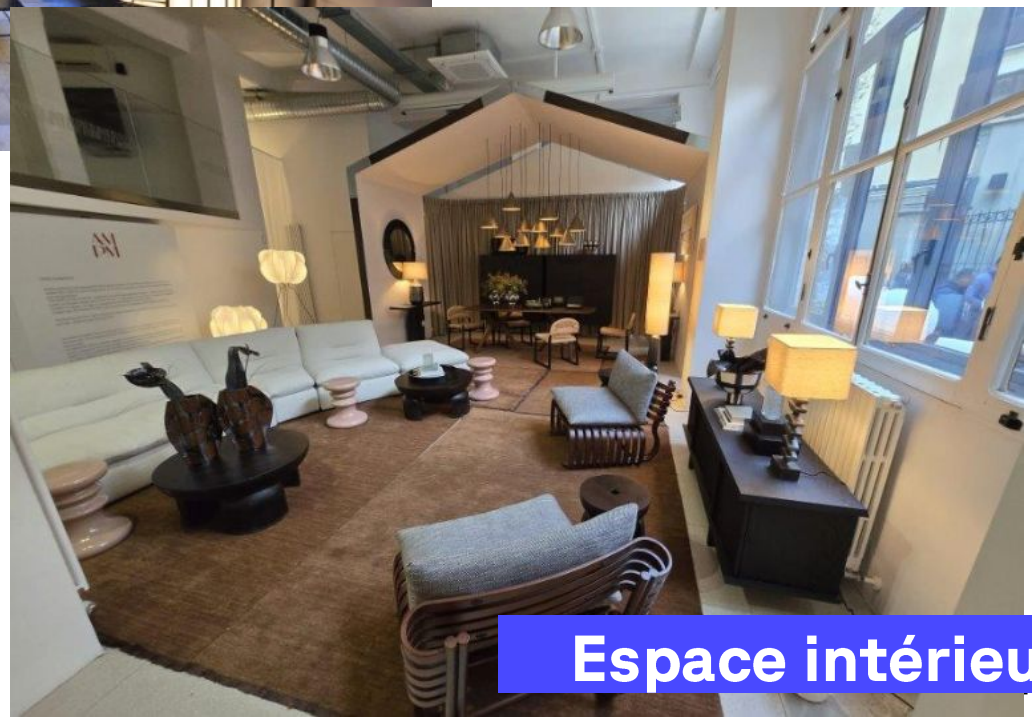
- Quartier : en plein cœur de Brera
- Emplacement : 11 Via Statuto, Milan
- Superficie : 500m²
- Rue animée : environ 15 événements ont eu lieu en 2025

SCÉNOGRAPHIE

1. Le lieu

- Superficie : 500m²
- Espace : rez-de-chaussée, deux espaces mezzanines (intérieurs) et deux cours (extérieures)
- Accès : par une cour en passant par le porche de l'immeuble

Espace extérieur



Espace intérieur

SCÉNOGRAPHIE

2. Les scénographes

- Agence Jakob+MacFarlane

En 1998, Dominique Jakob et Brendan MacFarlane ont fondé Jakob+MacFarlane Architectes, une **agence d'architecture, d'urbanisme, de design et de recherche** dont le travail est orienté sur le développement d'une **architecture innovante et socialement engagée**, conçue pour répondre aux **défis - environnementaux et sociétaux -** du 21ème siècle.

3. Le concept scénographique

Le Design Défilé

SCÉNOGRAPHIE

3. Le concept scénographique en 3 espaces

LE DÉFILÉ*

Les pièces de mobilier défilent comme des **mannequins sur un podium**, dans une mise en scène **rythmée par un DJ et un éclairage théâtral**. Le mobilier devient **performance**.

LES MAISONS

Chaque entreprise présente l'**histoire** de ses pièces à travers **croquis, prototypes et échanges**. Le podium devient table de discussion, l'espace prend des allures d'**atelier**.

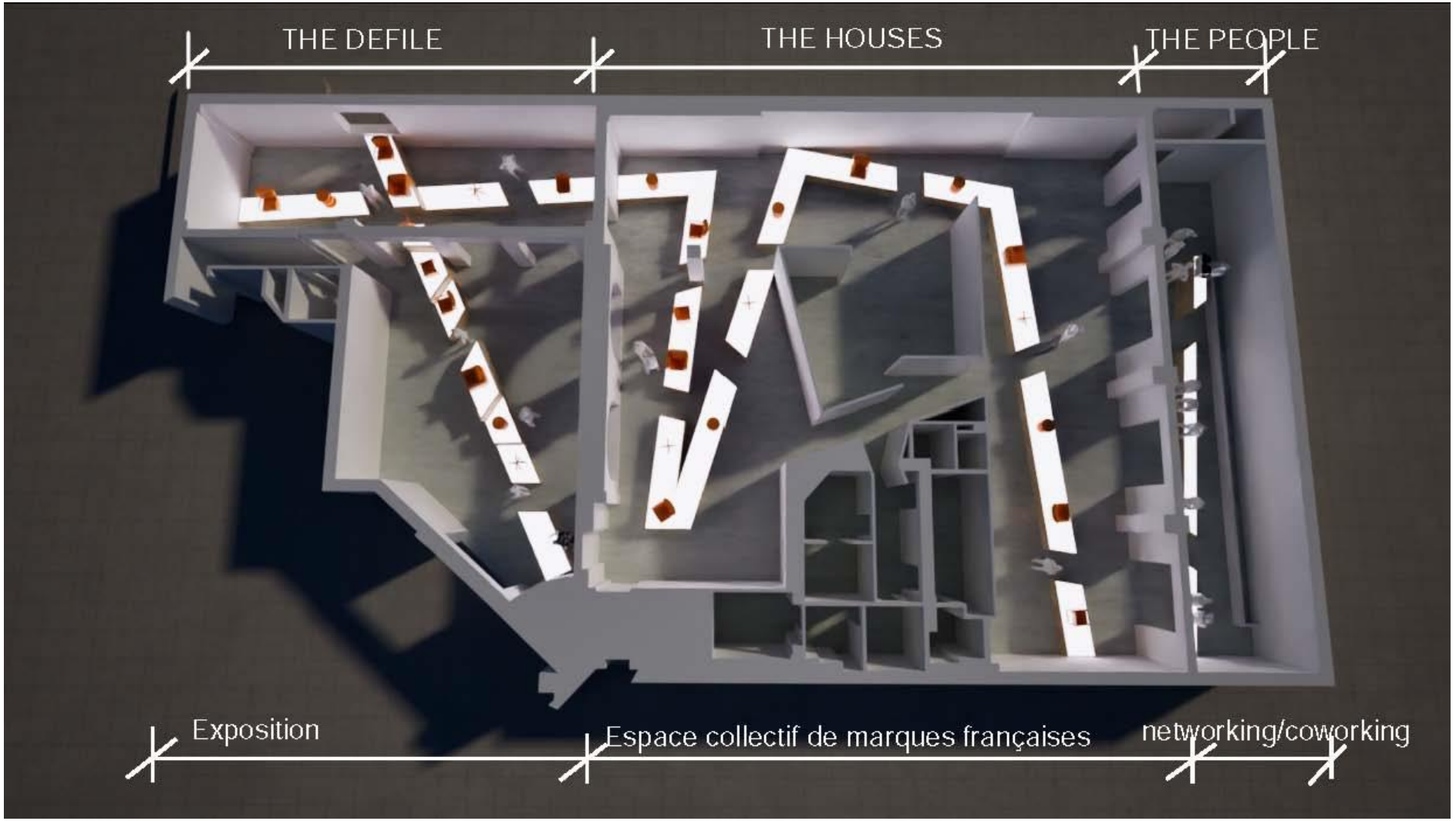
LE PUBLIC

L'exposition se conclut par un **espace de rencontre** animé par un barista, propice aux **échanges informels** entre exposants, visiteurs et prescripteurs.

*Le wording n'est pas définitif

SCÉNOGRAPHIE

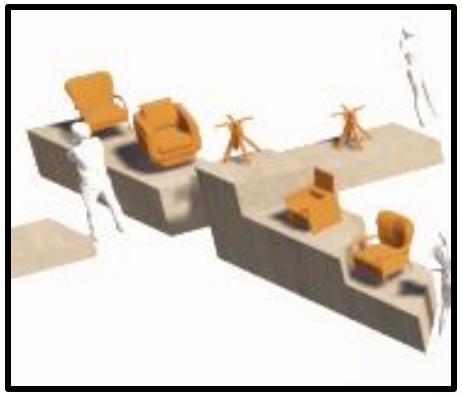
3. Le concept scénographique

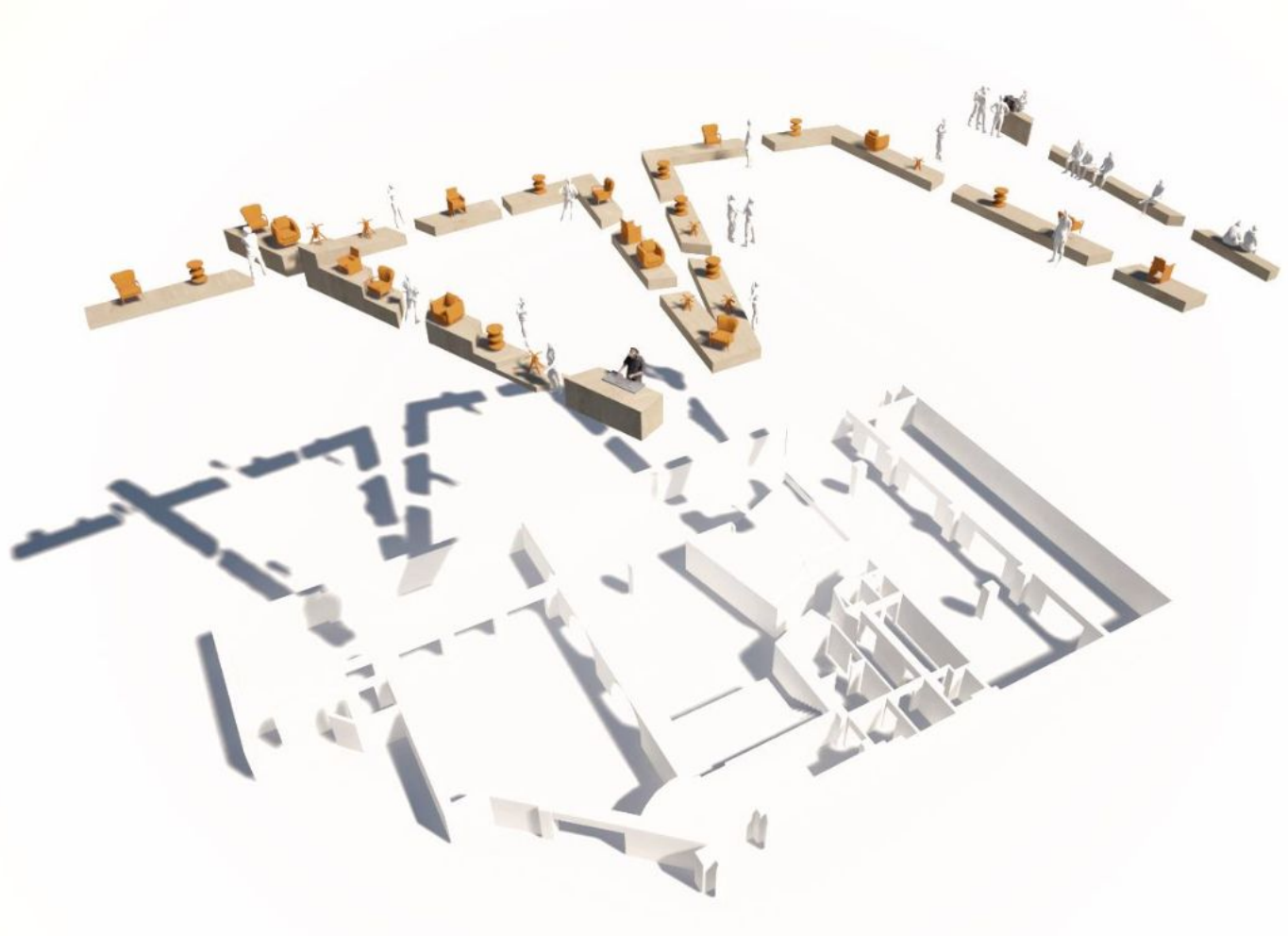


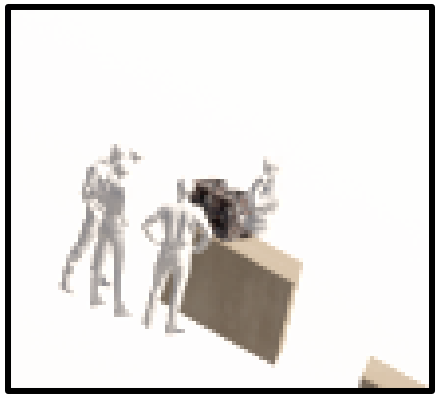
*Le wording n'est pas définitif

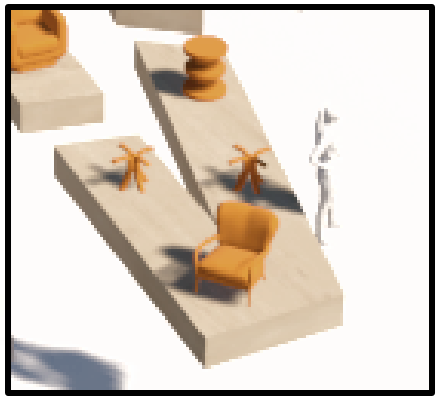
SCÉNOGRAPHIE

3. Le concept scénographique



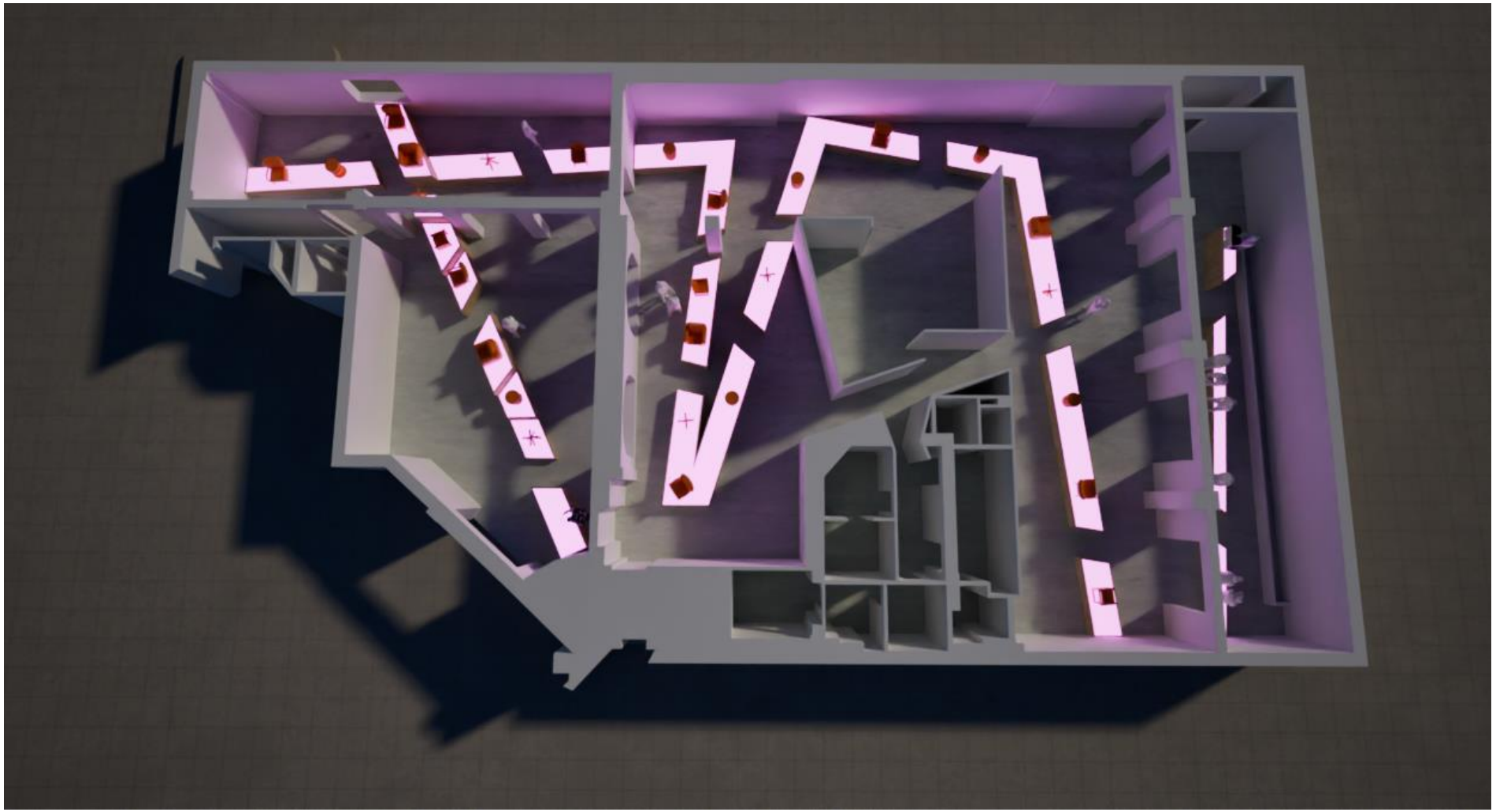






SCÉNOGRAPHIE

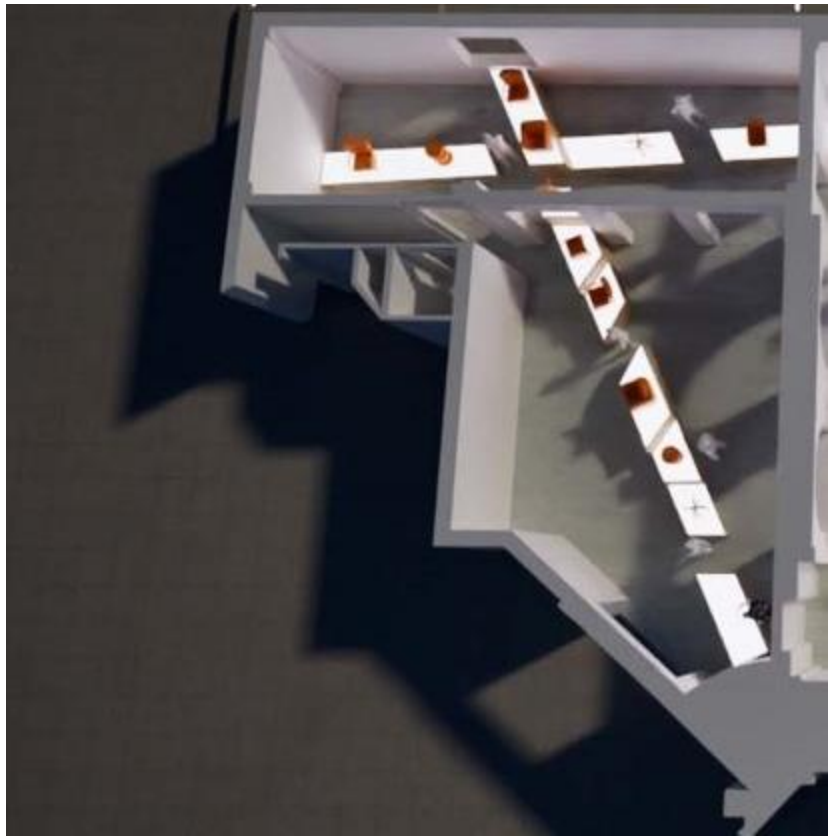
3. Le concept scénographique



SCÉNOGRAPHIE

3. Le concept scénographique

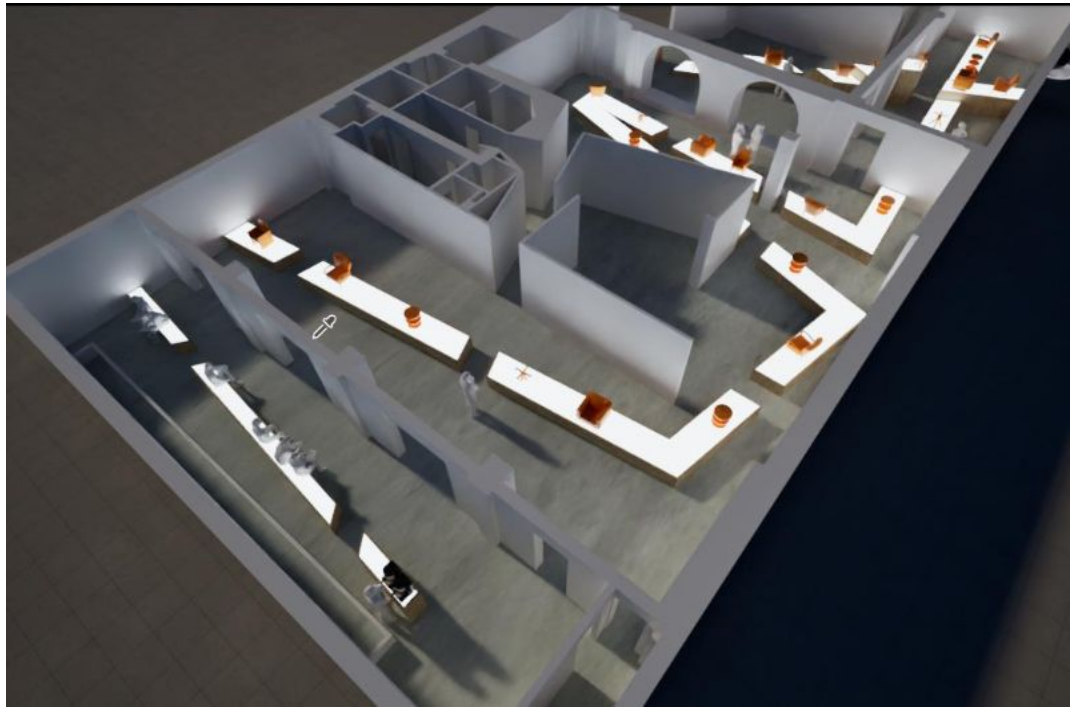
- Espace 1 – " LE DEFILE "
  - Curation par Le FRENCH DESIGN
  - Sélection de 20 à 25 pièces



SCÉNOGRAPHIE

3. Le concept scénographique

- Espace 2 – "LES MAISONS"
  - **Un espace « Maisons » réunira entre 10 et 15 marques françaises** soigneusement sélectionnées, venues présenter leurs nouveautés « produits » en complément de l'exposition.
  - **Chaque marque disposera d'un espace individuel** composé de 3 à 5 pièces sélectionnés par un comité de sélection (Ameublement français, le GEM), de cartels explicatifs et d'un texte de présentation dévoilant les savoir-faire des Maisons.

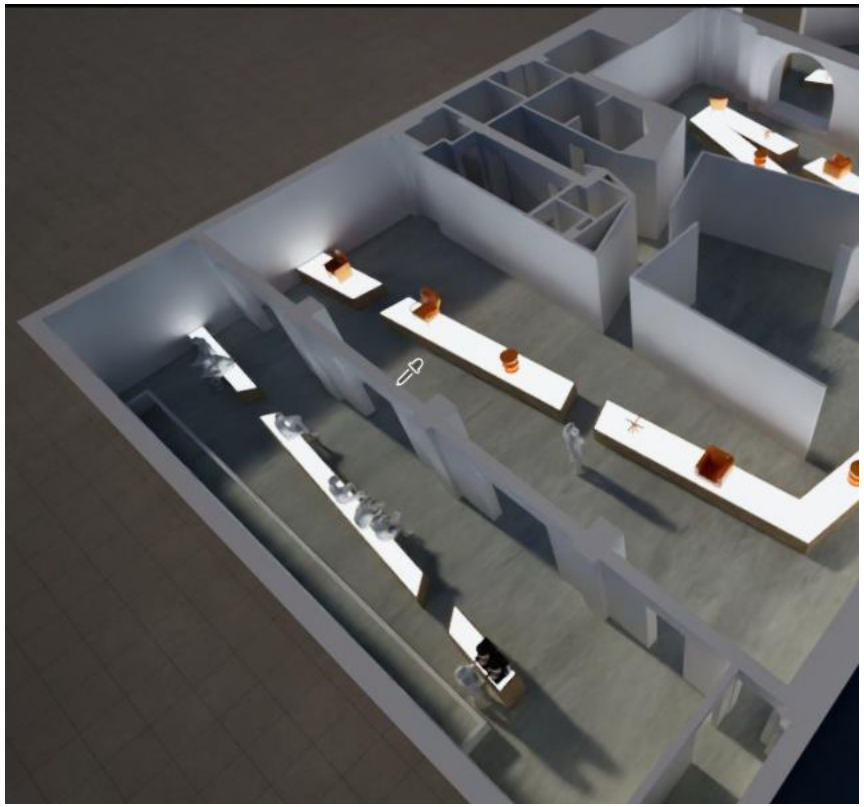


SCÉNOGRAPHIE

3. Le concept scénographique

- Espace 3 – LE PUBLIC

  Espace de **convivialité** dédié aux échanges et rencontres entre les **marques et les prescripteurs internationaux.**



PLAN DE COMMUNICATION

A CHALLENGER

1. S'INSCRIRE DANS LE PARCOURS MILANAIS

Achats média

PACK INTERNI

- **En physique** (guide papier + drapeau)
Guide papier tiré à 250 000 ex.

- **En digital** (guide digital Interni magazine + Interni King Size RS)
1 post instagram
Fiche évènement avec galerie photos

PACK FUORISALONE

- **En digital** (fiche event, pin sur carte digitale)

- 620 000 visiteurs sur la plateforme MDW2023

PACK BRERA DESIGN DISTRICT

- **En physique :** totem, carte dépliante, guide event
30 000 guides et 50 000 cartes distribués

- **En digital** : 2 posts RS + stories, Carte en ligne, bandeau HP)

- **Présence sur le DP** de la conférence du Brera Design District

French *Living* in Motion

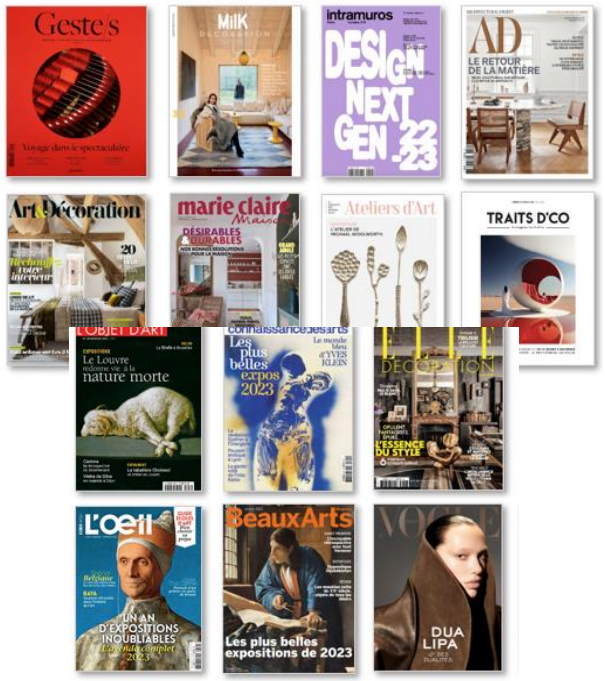
2. ACTIVER LES RELATIONS PRESSE PRINT & DIGITAL

Agence presse dédiée & influence digitale

Audiences visées :

- 100 journalistes présents (France et internationaux) ; 50 retombées médiatiques dont 10 retombées clés dans le top presse déco/ archi / design / art
- + de 500 000 personnes touchées sur les réseaux sociaux

FRANCE



ITALIE

MONDE

Presse Europe &
USA selon budget

STRATEGIE D'INFLUENCE RESEAUX SOCIAUX

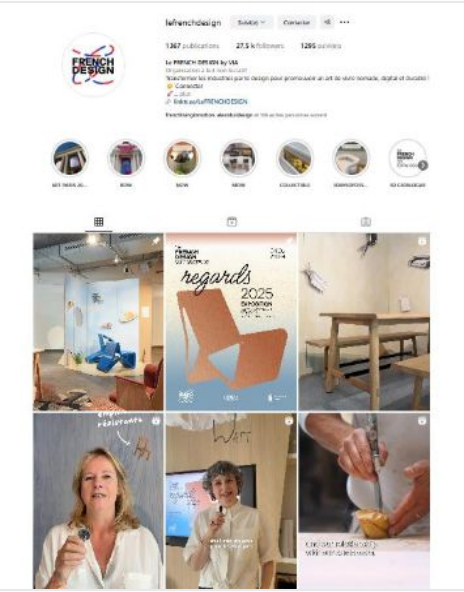
- Storytelling autour de l'évènement
- Vidéos interviews des marques
- Des collabs marques
- Partenariat influence

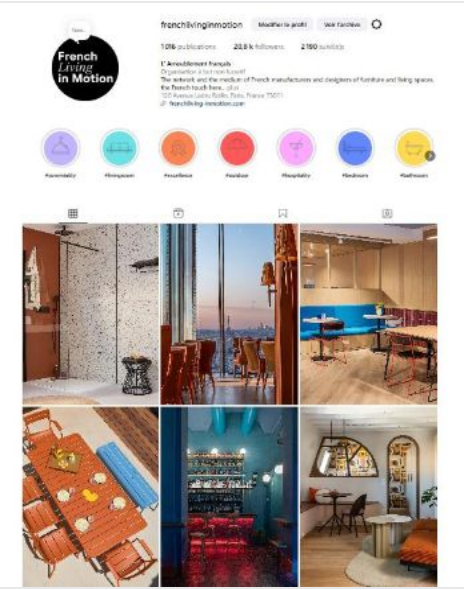
+ Un kit communication avec key visual et outils RP

3. ACTIVER LA FORCE DE L'ÉCOSYSTÈME ET DU COLLECTIF

Kit com & viralité

- Une communauté qualifiée de 47,1K abonnés sur nos comptes Instagram dont 40% à l'international





- Sites internet
- Newsletters référents GEM
- Newsletters AF et FD
- Une communauté LinkedIn de 44K abonnés AF et FD

- Une audience augmentée grâce à la viralité des relais com des marques présentes

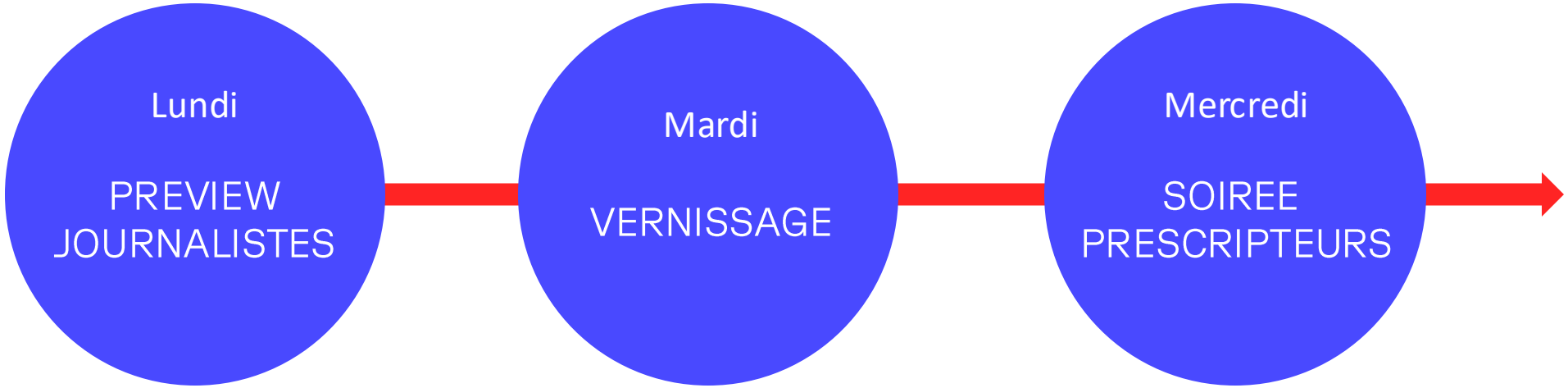
- Activation des bureaux de presse individuel /marque
- Relais sur les réseaux sociaux grâce à un kit digital
- Emailings dédiés des marques vers leurs clients

French Living in Motion

4. CRÉER UNE ANIMATION RP / PRESCRIPTEURS

Audience visée :

- 500 prescripteurs France et internationaux, dont 30 à 50 ultra qualifiés pour la soirée d'animation avec l'appui d'une agence et grâce aux réseaux GEM et Le FRENCH DESIGN et marques présentes



5. REALISER UNE ACTIVATION DEDIEE POUR LES MARQUES DE L'ESPACE "LES MAISONS"

Pack communication & évènementiel inclus dans la participation payante des maisons

Les entreprises qui exposeront dans l'espace Maisons bénéficieront d'un pack communication spécifique :

- Une **visibilité** pour chaque marque dans le **Dossier de Presse** : 1 page/marque
- Des **vidéos /interviews** des marques
- Un **shooting photo dédié** aux nouveautés produits des marques présentes
- Des **publications & sponsoring de contenus** dédiés sur nos comptes insta en collab @frenchlivinginmotion et @lefrenchdesign et autres marques
- Un **webinaire com** dédié d'accompagnement
- Une soirée **prescripteurs** dédiée le mercredi soir

MISSIONS
CIBLES
LIVRABLES ATTENDUS

MISSIONS

- Déployer un large plan de communication RELATIONS PRESSE, RESEAUX SOCIAUX ET INFLUENCE, supervisé par l'Ameublement français, en collaboration avec Le FRENCH DESIGN et le GEM de l'évènement.

- Décliner l'identité visuelle élaborée par le directeur artistique de l'exposition, en cohérence avec l'identité graphique de l'exposition sous la bannière French Living in Motion sur tous les supports de communication

- Déployer le storytelling de l'évènement, notamment de l'exposition valorisant l'offre française, sa créativité et ses savoir-faire à travers les outils RP.

- Valoriser les marques françaises présentes sur les espaces showroom.

- Produire les outils/kit de communication/RP.

CIBLES

- Cible première : prescripteurs tels qu'architectes d'intérieur, décorateurs & maisons de luxe, groupe hôtelier, institutions, journalistes et personnalités influentes du monde de l'architecture, du design et de la décoration qui seront présents à Milan.

- Cible secondaire : retailers, donneurs d'ordre

- 4 zones d'affaires majeures pour ces marques : Europe (Milan, Londres, Espagne, Suisse), New York, Dubaï.

LIVRABLES ATTENDUS 1/2

RELATION PRESSE ET INFLUENCE

- Production du kit D'OUTILS DE PRESSE d'après l'identité visuelle de l'Agence Jakob+MacFarlane*
  - rédaction et mise en page du communiqué de presse (FR/EN/IT), et dossier de presse (EN/IT),
  - save The Date et invitations (EN/IT) adaptables aux différents médias et canaux de communication,
  - bannières digitale/key visuals destinées aux réseaux sociaux et à nos sites internet (formats à préciser)
- Organisation des RELATIONS PRESSE ; suivi, relations publiques et entretiens individuels avec la presse
- Organisation de la PREVIEW JOURNALISTES
- Gestion des PARTENARIATS MEDIAS PRINT & ON LINE afin de s'inscrire dans le parcours milanais du visitorat de la design week (Ex guide interni et breradesigndistrict si besoin…)
- Gestion Revue de presse et reporting

INFLUENCE

- Proposer 2/3 collaborations avec des influenceurs clés.
- Produire le kit digital en faveur de collaborations

**L'identité visuelle du projet sera réalisée par l'agence Jakob+MacFarlane. L'agence livrera Les éléments graphiques de l'identité visuelle et ses fichiers sources (affiche du projet, textes de présentation des 3 espaces…) afin que l'agence de com puisse décliner l'identité visuelle sur tous les outils de communication*

LIVRABLES ATTENDUS 2/2

- **ANIMATION, PRODUCTION & GESTION EVENEMENTIELLE**

- Organiser le COCKTAIL D'OUVERTURE et proposer d'éventuels sponsors food et champagne.
- Produire les SHOOTING PHOTO (évènement et maisons)
- Produire les VIDÉOS /INTERVIEWS des marques espace maisons uniquement

- Gestion du FICHIER INSCRIPTIONS EVENT (QR code) et collecte de datas en respect des règles RGPD et du partage des données vers les 3 entités (l'Ameublement français, le FRENCH design, et le GEM)

- Choix des prestataires
- Coordination avec les marques exposantes, l'agence de production, le régisseur et les parties prenantes

LIVRABLES ATTENDUS 3/3

- **ANIMATION & NETWORKING**

- Produire une ANIMATION RENCONTRE VIP PRESCRIPTEURS dédiée aux marques de l'espace Maisons

  - Recherche et invitations de prescripteurs internationaux qualifiés en adéquation avec les marques présentes
  - Organisation d'une Conférence/cocktail

  > Format à challenger en faveur du business et de la convivialité
  > A noter : 30% du budget à allouer sur cette ambition

NOS RELAIS DE COMMUNICATION

- Favoriser la viralité et les synergies possibles via les réseaux presse, réseaux sociaux, communauté, et clients de nos exposants (espace exposition et espace showroom) à Milan.
- Collaboration sur les comptes instagram @lefrenchdesign et @frenchlivinginmotion

> une communauté qualifiée France et international de 46K abonnés

- Relais sur nos sites internet et nos canaux > frenchliving-inmotion.com; lefrenchdesign.org

OBJECTIFS QUANTIFIES & CHIFFRES DE L'AUDIENCE ATTENDUE

- Parutions de l'évènement dans les médias clés (Interni …) en amont et pendant l'évènement
- Plus de 10 000 visiteurs sur la semaine
- Plus de 100 journalistes (France et internationaux)
- 50 prescripteurs internationaux de renom
- Plus de 500 000 personnes touchées sur les réseaux sociaux

- Des retombées presse (print & digital) dans des médias archi deco design beaux art (quelques exemples : AD italia, France, UK, Elle decor… the world of interiors ; designboom ; architonic, wallpaper, elle decor, archiproducts…) et éco : (Le monde, Il Corriere della Sera…)

A noter : l'écosystème de la presse française est davantage acquis. L'enjeu est donc sur la presse internationale.

LE JOUR DE L’APPEL D’OFFRE

Attendus

Budget & rétroplanning

Règles de la competition,

Critères de sélection & Jury

ATTENDUS DE LA RECOMMANDATION STRATEGIQUE

PLAN DE COMMUNICATION 360°
- APPROCHE STRATÉGIQUE RP et angles de communication
- CIBLES PRESSENTIES
- INFLUENCE : Des pistes de collaborations/partenariats médias/influence
- RECOMMANDATION SUR LA STRATÉGIE DES MOYENS vs budget

ANIMATION PRESCRIPTEURS : une recommandation de format d'animation et prescripteurs pressentis

MÉTHODOLOGIE & RETROPLANNING des actions

EQUIPE PROJET dédiée et expertises (exemples)

APPROCHE BUDGÉTAIRE : ventilation des budgets détaillés vs les différents livrables du plan de communication global, y compris les honoraires pour la coordination de la communication globale de l'évènement et les éventuels achats médias.

BUDGET COMMUNICATION & ANIMATION

> Un budget de 150k€ HT (honoraires et frais techniques inclus) incluant l'animation prescripteurs

RETROPLANNING PRESSENTI

Octobre-novembre 2025
- Collecte des éléments de contenus, DA et key visuels pour la construction du storytelling de l'exposition et des outils de communication
- Rédaction du communiqué de presse

Nov-Décembre 2025
•Envoi du communiqué de presse

Janvier 2026
•Collecte des contenus espaces maisons
•Gestion des partenariats avec les médias/influence
•Envoi save the date preview presse et cocktail VIP
•Rédaction du dossier de presse
•Gestion fichier d'inscription

Février 2026
- Envoi du dossier de presse
- Envoi : Invitation inauguration ; preview journalistes, et soirée VIP prescripteurs
- Organisation du cocktail d'inauguration et rencontre VIP

Mars-avril 2026
- Organisation de la preview journalistes
- Relance et suivi journalistes & prescripteurs
- Organisation inscriptions event et soirée d'organisation
- liste presse et invités finale

REGLES DE LA COMPÉTITION

La compétition se déroulera en 2 temps.

Pré-sélection du 25 septembre au 24 octobre 2025

- Séances questions/réponses entre le 29 septembre et 9 octobre
- Remise des offres avant le 24 octobre à aurelie.pedro@ameublement.com et catherine.vereecke@ameublement.com
- Choix des candidats retenus le 28 octobre

Audition des 2 à 3 agences sélectionnées le 3 ou 4 novembre

- Format : 1h30

CRITÈRES DE SÉLECTION

	CRITERES	POINTS
1	**Valeur ajoutée stratégique** > compréhension posture et enjeux pour la filière France à l'internationale > matrisise et expertises de la milan design week et des enjeux liés > renommée de l'agence et de son réseau RP archi deco design art	10
2	**Qualité globale du plan de communication RP** > impact, désirabilité, simplicité, originalité, pertinence vers les cibles > choix influence et partenariats/alliances > viralité et force d'amplification du plan de com (réseau, appropriation par les entreprises de la filière, retombées visées...)	30
3	**Qualité du format animation prescripteurs** >choix format animation et expérienciel / idées originales d'activation en faveur des prescripteurs et du business > capacité de l'agence à toucher/faire venir les prescripteurs (archi/cabinet d'intérieurs…) en matching avec les cibles des entreprises de l'espace maisons	20
4	**Capacité à « produire » & qualité d'exécution** > équilibre entre ambition et réalisme des propositions (faisabilité et méthodologie) > qualité rédactionnelle et organisation évènementielle & compétences métiers > Methodologie et approche structurée	20
5	**Equipe** : équipe mutliculturelle et pluridisciplinaire avec une bonne appréhension des enjeux à l'export et à Milan dans le secteur > « Fit », écoute, comportement, agile (Equipe organisée et solidaire)	20
6	**Budgets/coûts** > stratégie des moyens : optimisation du budget, choix	30
	TOTAL	130

JURY

- Aurélie Pedro, Chargée de communication internationale l'Ameublement français aurelie.pedro@ameublement.com / T : +33(0)1 44 68 18 23
- Catherine Vereecke, directrice de la communication et marketing l'Ameublement français catherine.vereecke@ameublement.com /mob : 06 62 57 07 59

➢ **en charge de la communication de l'évènement**

- Isabelle Hernio, directrice internationale GEM
- Lucie Balihaut, direction international adjointe GEM

➢ **en charge de la coordination de l'espace Maisons de l'évènement**

- Jean Paul Bath, CEO du Le FRENCH DESIGN
- Sandy Saad, Deputy General Manager Le FRENCH design
- Constance Boury, Chargée de projets internationaux Le FRENCH design

➢ **en charge de la direction artistique & production de l'évènement**

- Juliette Rapinat, coordinatrice Mission Milan 2026 Codifab
- Cathy Dufour, déléguée générale de l'Ameublement français

A PROPOS DU CODIFAB

Cette action est soutenue par le codifab

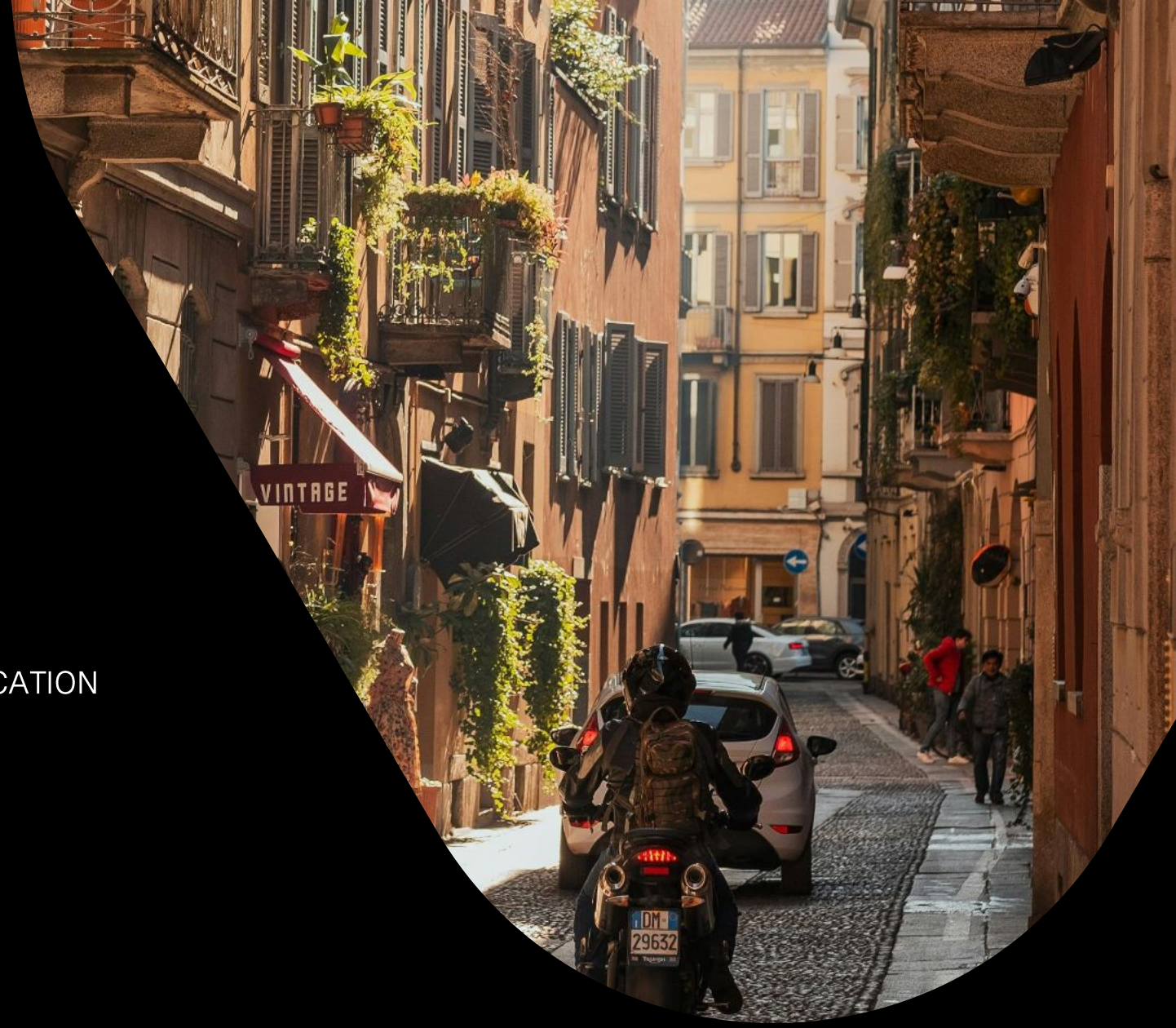
Codifab
Comité Professionnel de Développement des Industries Françaises de l'Ameublement et du Bois, a pour mission de conduire et financer, par le produit de la Taxe Affectée, des actions d'intérêt général en faveur des fabricants français de l'ameublement (meubles et aménagements) et du bois (menuiseries, charpentes, panneaux, bois lamellé, CLT, ossature bois, ...). Les actions collectives ont pour objectif d'accompagner les entreprises de création, de production et de commercialisation par une meilleure diffusion de l'innovation et des nouvelles technologies, l'adaptation aux besoins du marché et aux normes environnementales, la promotion, le développement international, la formation, et par toute étude ou initiative présentant un intérêt pour l'ensemble de la profession. Pour en savoir plus : codifab.fr

VOUS POUVEZ OBTENIR TOUT RENSEIGNEMENT UTILE

EN ADRESSANT UN MAIL À :

- AURÉLIE PEDRO, CHARGÉE DE COMMUNICATION INTERNATIONALE L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS
  AURELIE.PEDRO@AMEUBLEMENT.COM

- CATHERINE VEREECKE, DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION ET MARKETING L'AMEUBLEMENT FRANÇAIS
  CATHERINE.VEREECKE@AMEUBLEMENT.COM



MERCI