

MILAN DESIGN WEEK
FUORISALONE 2027

CAHIER DES CHARGES
APPEL D'OFFRE
AGENCE PRODUCTION

Milan
Du 11 au 16 avril 2027

French *Living*
in Motion

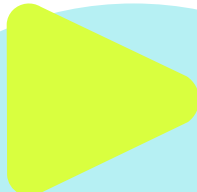
by



l'Ameublement
français



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



SOMMAIRE

CAHIER DES CHARGES – PRODUCTION

01

L'évènement

02

Le lieu

03

Les missions

04

La consultation :
attendus & modalités

05

Les parties
prenantes

06

Les annexes





01

L'ÉVÈNEMENT

L'ÉVÈNEMENT

Introduction

L'Ameublement français, Francéclat, et le FRENCH DESIGN s'associent pour présenter un événement unique, illustrant l'excellence du design et des savoir-faire français lors de la **Milan Design Week 2027**, sur le off de la scène internationale.

Cet évènement sera composé d'une **exposition** qui mettra en scène la diversité des styles et des savoir-faire français à travers 20 à 25 marques françaises, et une cinquantaine de pièces emblématiques.

L'**exposition sera composée d'une curation signée le FRENCH DESIGN** (8 à 12 pièces innovantes de talents émergents), et d'un **espace collectif de 10 à 15 marques** d'ameublement, décoration et art de la table présentant leurs nouveautés produits.

Cet évènement se déroulera pour la deuxième année consécutive 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.



L'ÉVÈNEMENT

Les enjeux

- **Faire rayonner l'art de vivre à la française sur la scène internationale** (notoriété et image).
- **Valoriser la création et les savoir-faire français** : les pièces présentées sont toutes fabriquées en France et issues de savoir-faire d'excellence.
- **Favoriser la visibilité et les opportunités professionnelles** dans un seul et même lieu sous la bannière French Living in Motion, exprimant un collectif reconnaissable par les prescripteurs, et acheteurs (visitorat).
- **Offrir aux marques engagées** du secteur d'être présentes à Milan, dans un emplacement de choix.
- **Créer un concept artistique cohérent et attractif** qui permet de lier le récit des espaces du projet (curation ; espace collectif ; espaces de networking).



L'ÉVÈNEMENT

Les espaces

1. **Un espace présentant une curation du Le FRENCH DESIGN** : 8 à 12 pièces emblématiques de fabricants et designers français.
2. **Un espace collectif** de 10 à 15 marques françaises, présentant chacune 2 à 3 pièces de leurs nouveautés produits. **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**.
3. **Un espace de networking** : espace dédié aux exposants pour échanger avec des clients, des prescripteurs.



L'ÉVÈNEMENT

Espace Curation

- Curation et choix de pièces : **Le FRENCH DESIGN**
- Nombre de pièces : **entre 8 et 12 pièces**
- Superficie : **environ 100 m2**
- Toutes les pièces sont réalisées par de **créateurs et fabricants français**



L'ÉVÈNEMENT

L'intention scénographique

La scénographie devra répondre aux exigences suivantes :

- Une scénographie qui doit **positionner la France comme un acteur en mouvement vers des choix plus responsables en matière de création et de modes de fabrication**, et être aussi pensée de manière responsable : **low impact**
- Une scénographie inspirée par les valeurs propres à la culture française **empreinte de poésie et d'un esprit libre** > voir valeurs de FLIM (French Living in Motion) en annexe : brandbook FLIM
- **Un récit cohérent** qui lie l'histoire de la diversité des styles, des écritures et des savoir-faire français mixant mobilier, décoration et art de la table
- **Une identité visuelle inspirée par FLIM** commune aux 3 espaces, qui sera déclinée sur tous les outils de communication (signalétique, affiche, supports...)



Exemple de pièces 2026 sur la partie curation



APPRT2
Totémique Cabinets



OUD ARCHITECTURE
Tigris Chair



ELLIOTT BARNES
Endless Summer II Bench



CHARLOTTE BILTGEN
Ichi Lounge Chair



L'ÉVÈNEMENT

Espace Collectif

- L'espace collectif : **Le GEM et Francéclat**
- Nombre de pièces : **25 à 30 pièces** (univers ameublement/ déco/ art de la table)
- Superficie : **environ 200 à 250 m2**
- Toutes les pièces sont réalisées par des **créateurs et fabricants français**.



L'EXPOSITION

Espace Networking

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



EN COHÉRENCE AVEC LES VALEURS DE FLIM (French Living in Motion)

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 »
Un esprit de liberté.

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** »
Une recherche d'équilibre, d'harmonie, de rêve...

« **French Living in Motion : un art de vivre en mouvement vers plus de durabilité, de créativité et d'innovation** »

[> Voir brandbook](#)

PLAN DE COMMUNICATION

L'Ameublement français a prévu **un plan de communication 360**, France et international, autour de l'évènement 2027 :

- Déploiement d'un large plan de communication : relations presse, réseaux sociaux, achats médias, partenariat et influence
- Activation de **la force de l'écosystème et du collectif** : accompagnement et production de kit de communication & viralité des réseaux grâce à toutes les marques, partenaires et les acteurs présents
- Forte **production de contenus** : shooting, vidéos, stories, outils presse....

➤ [Voir Reporting de l'édition 2026](#)

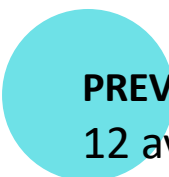
➤ [Voir Revue de presse 2026](#)

DATES CLÉS & ANIMATION



ÉVÉNEMENT

du 11/04/2027
au 16/04/2027



PREVIEW JOURNALISTES

12 avril



VERNISSAGE

13 avril

+ Délégations étrangères, délégation politique, rdv prescripteurs, dîner VIP en réflexion...



MONTAGE (dates à préciser) du 07/04/2027 au 10/04/2027

DÉMONTAGE (dates à préciser) du 17/04/2027 au 19/04/2027



02

LE LIEU



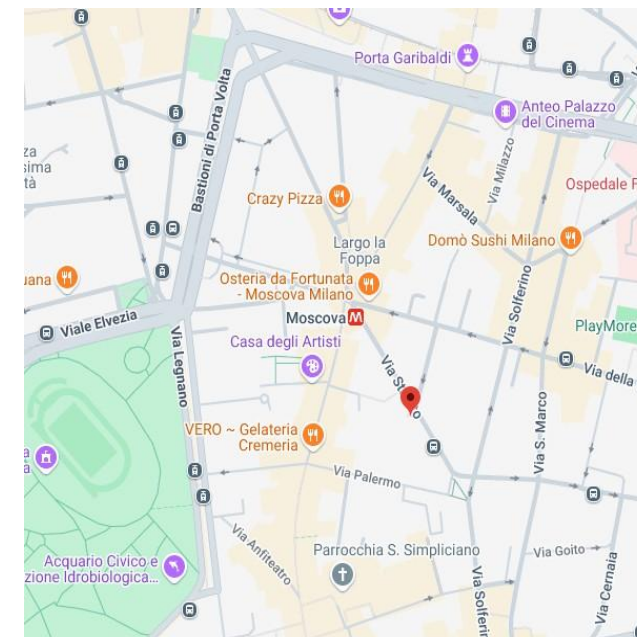
LE LIEU

11 VIA STATUTO, MILAN



Espaces extérieurs	included in the offer	AREE ESTERNE - ingresso/retro (pertinenza esclusiva)
Entrée	partially included in the offer	MYSPOt - lounge 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

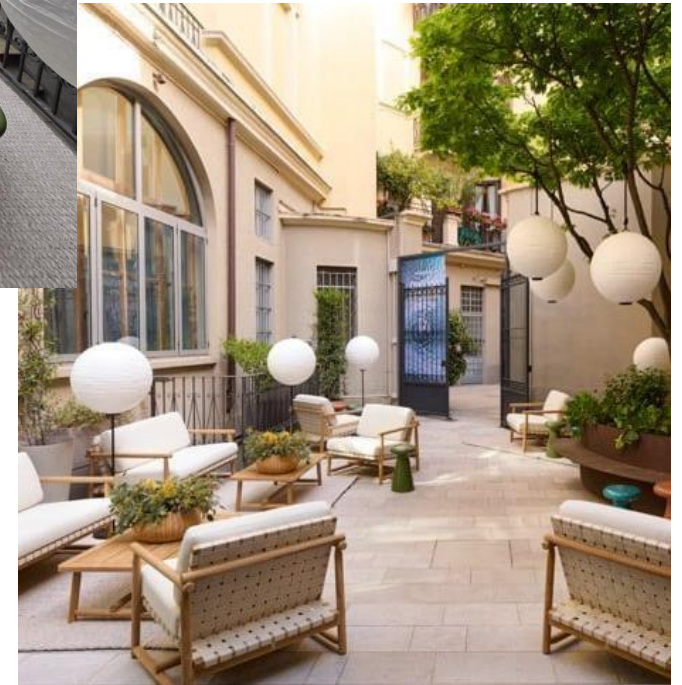
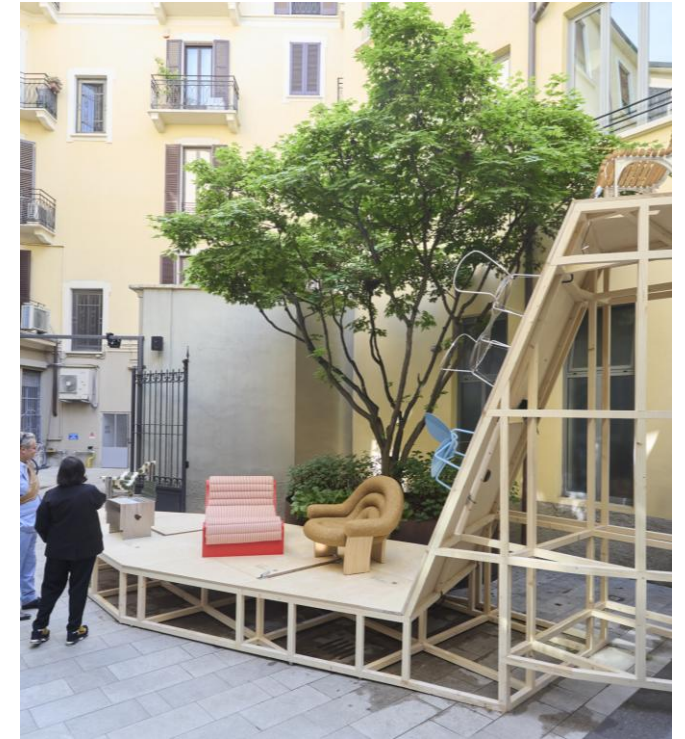
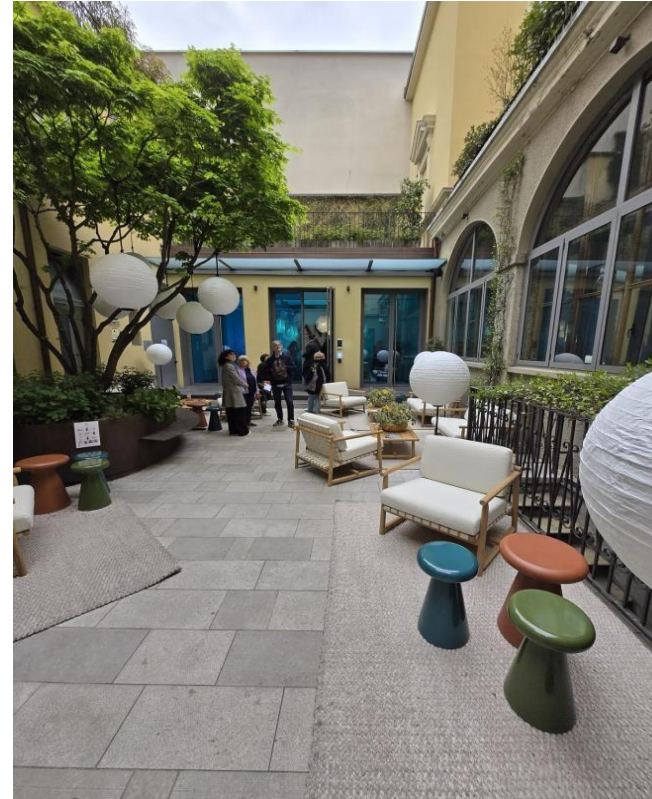
Métro : Moscova (ligne 2)



- ✓ **Emplacement** : 11 Via Statuto, Milan
- ✓ **Quartier** : en plein cœur de Brera
- ✓ **Superficie** : 500m²
- ✓ **Espace** : rez-de-chaussée sur cour avec 3 marches + intérieur avec 2 mezzanines accessible par escalier
- ✓ **Accès** : par la cour en passant par le porche de l'immeuble

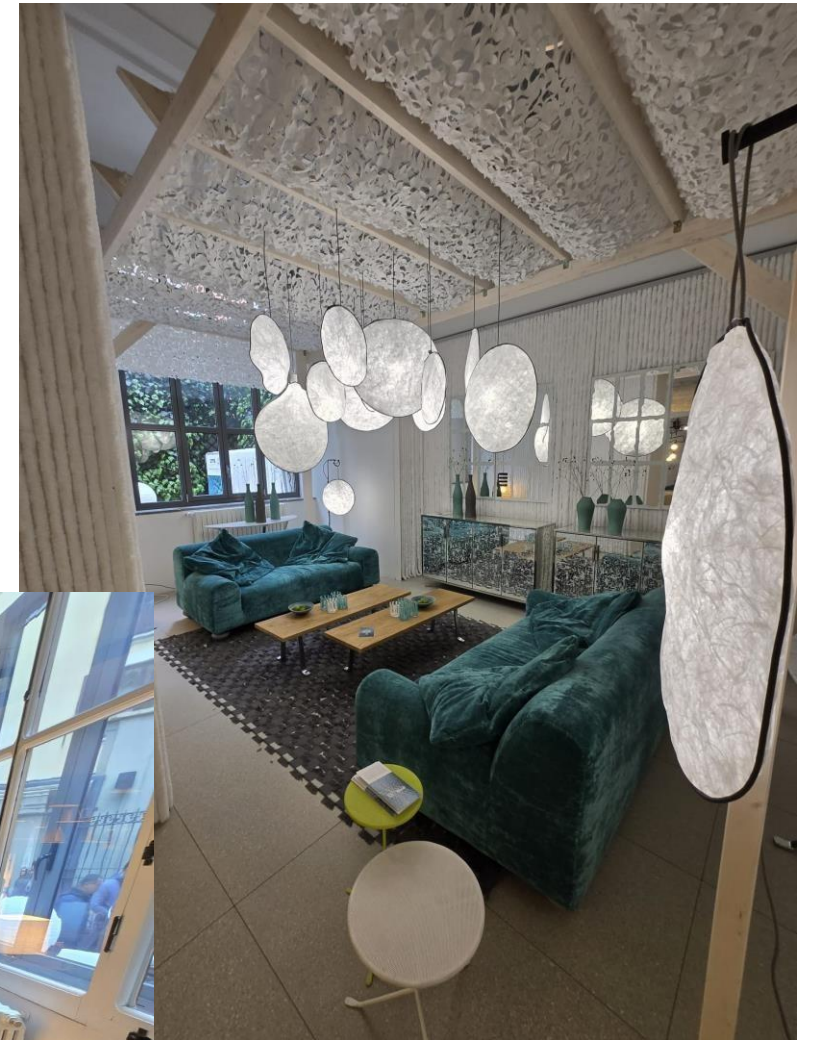
Pour les plans DWG contacter Lucie Balihaut

ESPACES EXTÉRIEURS





ESPACES INTÉRIEURS





03

LES MISSIONS



LES MISSIONS

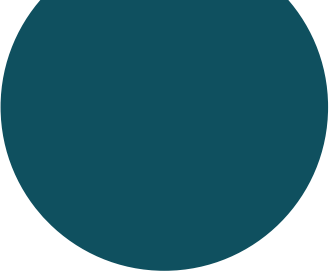
Production et exécution générale du projet

L'agence est responsable de la mise en œuvre technique et logistique du projet, dans le respect du concept scénographique défini par le directeur artistique et du rétroplanning validé par les commanditaires.

Son **directeur de production est l'interlocuteur du coordinateur general du GEM**, il supervise **l'équipe de production, pilote la régie du lieu et coordonne les exposants et les prestataires**, afin d'assurer la cohérence et la production globale du projet.

Objectif : Assurer la coordination opérationnelle et la bonne exécution du projet dans le respect :

- du concept imaginé par la Direction Artistique
- du calendrier général
- du budget validé
- des exigences techniques du lieu
- des attentes des trois partenaires (l'Ameublement français, le GEM et Francéclat)



LES MISSIONS

S'approcher au plus prêt de l'ambition scénographique

Les défis :

- Produire une scénographie dans le respect de la vision artistique et dans une enveloppe budgétaire maîtrisée
- Garantir une parfaite coordination entre la Direction Artistique, les partenaires, les marques et les prestataires
- Assurer une production fiable dans un calendrier particulièrement contraint
- Optimiser les coûts sans compromettre la qualité d'exécution
- Concevoir une logistique internationale fluide entre la France et Milan
- Garantir une expérience irréprochable pour les exposants et les visiteurs

LES MISSIONS

Les 4 sujets de la production

Coordination

1) Pilotage global de la production selon le rétroplanning défini avec les commanditaires et le directeur artistique : coordination des exposants, entreprises, prestataires techniques, transporteurs et exploitant du lieu.

2) La recherche, la sélection et la contractualisation et coordination des différents prestataires pour la production, le transport, le stockage, le montage-démontage et l'assurance de l'installation scénographique (y compris la signalétique) et des pièces de l'ensemble des espaces.

3) Supervision technique des pièces exposées et des installations : collecte et vérification des données techniques, plans, dimensions, poids, contraintes de manipulation, stockage, montage/démontage et vérification des assurances et responsabilités associées.

Fabrication

4) Traduction technique et mise en œuvre du concept scénographique conçu par le directeur artistique : études techniques, plans d'exécution, fabrication, fourniture, livraison, installation, montage, démontage et remise en état.

5) Production et installation de l'ensemble des éléments graphiques et de signalétique, incluant les supports imprimés, textes, visuels, dispositifs de médiation et éléments de repérage des différents espaces.

Régie & exploitation

6) Régie générale du projet à Milan avec présence opérationnelle adaptée pendant les phases de montage, exploitation et démontage : coordination terrain de l'ensemble des prestataires, exposants et intervenants.

7) Gestion technique et réglementaire du lieu : respect des obligations contractuelles, règles de sécurité, contraintes techniques, autorisations nécessaires, accès prestataires, livraisons, montage/démontage et remise en état.

8) Exploitation quotidienne du lieu pendant l'événement : ouverture/fermeture, suivi des installations, maintenance et résolution des incidents techniques, hôtesse et sécurité.

Logistique & transport

9) Organisation et pilotage de la logistique et du transport des pièces exposées : consultation et sélection des prestataires, coordination depuis l'enlèvements auprès de l'entrepôt de stockage en région parisienne, transport aller-retour France–Milan, jusqu'au retour des pièces en région parisienne.

10) Supervision de l'agence logistique et transport pour le stockage à Paris et Milan ainsi que de l'ensemble des opérations de manutention, emballage et ré-emballage des pièces.

LES MISSIONS

L'agence de production devra assurer

Coordination

Sélectionner, contractualiser et suivre les prestataires :

- **Pour le montage-démontage des pièces** de l'ensemble des espaces.
- Pour le transport des pièces. (Interroger à **minima trois agences**)
- Pour **l'accueil et l'entretien du lieu** (hôtesse, ménage, etc.).
- Pour les **événements d'animation** en concertation avec l'agence RP, l'Ameublement français et le directeur de production (vernissage, soirée VIP prescripteurs, Press Day, etc.).
- Pour **le démontage, le stockage et la remise en place du mobilier existant** du lieu.
- Rédiger les **cahiers des charges** pour les différents prestataires validés par les commanditaires et le directeur artistique.

LES MISSIONS

L'agence de production devra assurer

Pilotage de la production

- Élaborer un **calendrier de production détaillé**, le partager et le valider avec les commanditaires.
- Organiser des **réunions de suivi de production hebdomadaires** réunissant l'ensemble des commanditaires.
- Rapporter et signaler l'**avancée du projet** à chaque étape clé.
- **Sélectionner et contractualiser avec les prestataires*** adaptés en fonction de chaque mission
Listing des prestataires : le fabricant de la scénographie, le fabricant de la signalétique et des supports graphiques, la société de transport, l'équipe de montage-démontage, l'entrepôt de stockage, le régisseur (si prestataire externe), le journaliste-rédacteur, l'assureur, etc.
- **Suivre et gérer les prestations** jusqu'à leur aboutissement.
- Effectuer le **paiement** des prestataires.
- **Recueillir les informations utiles à l'assurance** auprès des exposants et des prestataires.
- **Assurer l'installation scénographique et l'ensemble des pièces exposés durant toutes les étapes du projet** (transport, stockage, montage-démontage, toute la période d'exposition).
- Fournir aux commanditaires une **attestation de responsabilité civile en cours de validité** et s'assurer que tous les **prestataires engagés dans le cadre de ce projet disposent également d'une attestation valide**.
- **Assurer le mobilier existant du lieu** pendant le montage-démontage, le stockage et la remise en place.

LES MISSIONS

L'agence de production devra assurer

Production scénographique

- **Sélectionner et contractualiser les prestataires** pour la production et l'installation de la scénographie (y compris la signalétique).
- Réaliser les plans techniques en adéquation avec les besoins du directeur artistique.
- **Rédiger le cahier des charges** pour la signalétique et les éléments de médiation de chaque espace à destination des exposants en concertation avec les commanditaires et le directeur artistique.
- **Gérer la production et l'installation de la signalétique selon les fichiers d'impression** transmis par le graphiste sous la supervision du directeur artistique.
- **D'organiser l'harmonisation des éléments textuels et visuels de médiation** selon le concept de création artistique défini par le directeur artistique.
- **Collecter les contenus auprès des exposants.**
- **Piloter le journaliste-rédacteur des textes de présentation des espaces** en concertation avec les parties prenantes

Les éléments de médiation comprennent : les cartels des pièces, les textes d'introduction des espaces, les textes de présentation des marques, etc.

- **Envoyer le contenu finalisé pour mise en page** par le graphiste du directeur artistique.
- **Suivre la fabrication, livraison-reprise, montage-démontage de la scénographie et de la signalétique.**
- S'occuper du **recyclage** des éléments de la scénographie à la fin du projet avec une démarche RSE.

Pour rappel, les supports graphiques (signalétique et éléments de médiation) comprennent : les bannières extérieures, les textes d'introduction global du projet et des trois espaces, les textes de présentation des Maisons, les cartels de toutes les pièces confondues, la signalétique intérieure et extérieure (kakémonos ...), etc.

LES MISSIONS

L'agence de production devra assurer



Régie & exploitation

Le directeur de production devra collaborer avec un régisseur qui sera basé à Milan. La régie peut être confiée à un **membre de l'équipe de production ou à un prestataire externe** qui sera sélectionné par le directeur de production selon un cahier des charges détaillé et validé par les commanditaires et le directeur artistique.

Le régisseur sera chargé de :

- **Assurer une présence dans les lieux pendant toute la durée de l'évènement.**
- **Assurer le suivi des obligations contractuelles du lieu** (états des lieux, consignes de sécurité, livraisons, etc.).
- **Veiller à l'obtention et au respect des certifications de sécurité et d'assurance** liées au projet et au lieu.
- **Gérer les autorisations de chargement-déchargement** sur la voie publique avec les autorités milanaïses.
- **Veiller au respect des réglementations locales** ainsi qu'aux **contraintes techniques et règle de sécurité** du lieu, notamment en ce qui concerne les livraisons et les installations spécifiques à la ville de Milan.
- **Gérer les accès** des prestataires, les ouvertures et fermetures.

LES MISSIONS

L'agence de production devra assurer



Le transport

Le directeur de production devra organiser le **transport des pièces de l'ensemble des espaces** :

- **Sélectionner en janvier 2027 une société de transport qui a un entrepôt en région parisienne** en accord avec les commanditaires.
- **Rédiger un cahier des charges** précis et interroger au moins trois prestataires. (Le modèle de 2026 pourra être retenu)
- **Sélectionner l'agence** avec les commanditaires selon une grille de notation.
- **Réaliser le suivi avec les exposants** pour obtenir les informations techniques nécessaires au transport (valeur d'assurance, colisage aux normes internationales, volumétrie et poids des pièces et des caisses, etc.).
- **Suivre le transport, les livraisons** et les retours des pièces auprès des exposants.

LES MISSIONS

L'agence de production devra assurer

Les livrables :

- ✓ Planning détaillé du projet
- ✓ Suivi budgétaire détaillé de production scénographique
- ✓ Cahiers des charges techniques (électricité, éclairage..)
- ✓ Plans d'exécution
- ✓ Dossier sécurité
- ✓ Planning montage
- ✓ Planning démontage
- ✓ BAT signalétique
- ✓ Dossier transport

**Éléments à fournir selon rétroplanning entre octobre et janvier 2027.
Voir rétroplanning fin du cahier des charges**



04

CONSULTATION : ATTENDUS & MODALITÉS

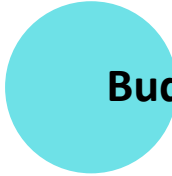
LIVRABLES POUR LA CANDIDATURE



Présentation

Le candidat devra fournir une présentation exposant son expérience, sa capacité et son organisation interne pour pouvoir répondre au projet.

Il devra aussi expliquer sa méthodologie, et méthode de collaboration.



Budget

Stratégie des moyens.

Ventilation du budget production (allocation des postes).

Candidature avant le vendredi 2 octobre 2026

MODALITÉS CONSULTATION

**DEADLINE DÉPOT
DOSSIERS DE PRÉSÉLECTION**
06/10/2026

À lucie.balihaut@ameublement.com
& catherine.vereecke@ameublement.com

Séances de Questions/Réponses en septembre.

**SÉLECTION FINALE DE
L'AGENCE DE
PRODUCTION**
09/10/2026

Le candidat retenu à l'issue du présent appel d'offres pour l'édition 2027 pourra être sollicité pour les éditions 2028 et 2029, **sous réserve de la pleine satisfaction des commanditaires quant à la qualité des prestations réalisées en 2027.** (Questionnaire de suivi post opération)

BUDGET



BUDGET AGENCE PRODUCTION : 210 K€ HT* (252 K€ TTC)

**Incluant honoraires et toutes les missions de pilotage et coordination générale et livrables demandés dans ce cahier des charges.*

Point d’attention : le budget alloué à la fabrication du concept scénographique et l’exploitation du lieu sont basé sur une enveloppe connue de l’exploitation du lieu en 2026 et reste plafonné pour la réalisation.

Ne comprend pas le coût de transport, logistique et stockage des pièces.

Précision budget exploitation approximatif du lieu estimé (sur la base de 2026) : 29K€ HT

3	EXPLOITATION DU LIEU		
3.1	RÉGISSEUR TECHNIQUE	6 500,00 €	7 800,00 €
	MONTAGE		
	DÉMONTAGE		
	EXPLOITATION / OUVERTURE PUBLIC		
3.2	DÉMONTAGE ET REMONTAGE DES MOBILIERS EXISTANTS	6 000,00 €	7 200,00 € COÛT RÉFÉRENCE 2026
3.3	DÉPLACEMENT ET STOCKAGE EXTERNE DES PLANTES	1 600,00 €	1 920,00 € COÛT RÉFÉRENCE 2026
3.4	AUTORISATIONS OCCUPATION DOMAINE PUBLIC - VILLE DE MILAN	4 500,00 €	5 400,00 € POSTE VARIABLE - ENVELOPPE HAUTE
3.5	PERSONNEL ACCUEIL ET SURVEILLANCE (RÉF. 2026 : 3 AGENTS JOUR ET 1 AGENT NUIT PENDANT LA PRÉSENCE DES PIÈCES)	10 000,00 €	12 000,00 € POSTE VARIABLE SELON LE DISPOSITIF RETENU
3.6	RENFORT MÉNAGE	1 000,00 €	1 200,00 € POSTE VARIABLE SELON LES BESOINS
	SOUS-TOTAL 3	29 600,00 €	35 520,00 €

Précision budget production scénographie : (enveloppe maximale en cours d’appel d’offre scénographie) : 130K€ HT

CRITÈRES DE SÉLECTION

NOTATION DES OFFRES – AGENCE DE PRODUCTION MILAN 2027		
Critère	Poids /100	Précisions d'évaluation
Stratégie budgétaire	20	Respect de l'enveloppe budgétaire, clarté de l'offre et capacité d'optimisation des coûts
Compréhension du cahier des charges & des enjeux	5	Compréhension du projet, des attentes des commanditaires et des enjeux de la Milan Design Week
Maîtrise technique, logistique, budgétaire & timing	15	Capacité à sécuriser la fabrication, les transports, le montage/démontage, le stockage, les assurances et les contraintes du lieu
Coordination multi-acteurs & prestataires	10	Capacité à coordonner commanditaires, directeur artistique, exposants et prestataires ; qualité du sourcing et du suivi
Équipe dédiée & expertise	5	Séniorité du directeur de production, clarté des responsabilités, disponibilité et réactivité de l'équipe
Expérience sur des projets similaires & fiabilité	20	Références comparables, qualité d'exécution démontrée, fiabilité et capacité à tenir les engagements
Dispositif local à Milan / régie	10	Présence ou relais opérationnel solide à Milan, connaissance des contraintes locales, autorisations, sécurité et gestion des aléas
Méthodologie & rétroplanning	10	Qualité du planning de production, des outils de suivi, du reporting et de l'anticipation des points critiques
Force de proposition & capacité d'arbitrage	5	Capacité à proposer des alternatives pertinentes et à arbitrer coût / faisabilité / qualité sans dégrader l'ambition du projet
Note Finale	100	

JURY

- **Lucie BALIHAUT**

Directrice international GEM
L'Ameublement français
lucie.balihaut@ameublement.com

- **Catherine VEREECKE**

Directrice marketing et communication
L'Ameublement français
catherine.vereecke@ameublement.com

- **Aurélie PEDRO-CARCALY**

Responsable communication internationale
L'Ameublement français
aurelie.pedro@ameublement.com



05

LES PARTIES PRENANTES

 **French** *Living*
in Motion

by



**l'Ameublement
français**



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

LES ACTEURS DU PROJET

L'Ameublement français/GEM

L'Ameublement français est l'organisation professionnelle des industriels d'ameublement et de l'aménagement des espaces de vie.

Le GEM (Groupe des Exportateurs de Meuble) est l'accélérateur de développement et de rayonnement du secteur à l'international.

- Pilotage global du projet

> scénographie/production/ commercialisation marques/relation prescripteurs par le GEM

- **Pilotage Communication/DA** et animation par l'Ameublement français

Francéclat

Accélérateur de développement, Francéclat accompagne et valorise les filières de l'horlogerie, de la bijouterie-joaillerie et des arts de la table.

→ Pré-sélection des marques art de la table

Le FRENCH DESIGN

Tête chercheuse, le FRENCH DESIGN décrypte les tendances et valorise l'innovation dans l'ameublement et l'architecture d'intérieur.

→ Curation d'une dizaine de pièce émergentes par Le FRENCH DESIGN

→ Financement : Le CODIFAB ; Francéclat et contribution de marques françaises

→ Autres partenaires : Réseau Excellence EPV Contract, Institut Culturel...

LES PRESTATAIRES EXTERNES

Un coordinateur général (*sous la direction du GEM*).

Il agit auprès de toutes les parties prenantes du projet comme chef de projet général.

L'agence de création :

Chargée de concevoir l'identité créative du projet, de définir le concept scénographique et l'expérience de visite, d'assurer la cohérence artistique de l'ensemble des espaces et d'accompagner leur développement jusqu'à la livraison des éléments de conception.

L'agence 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.); Elle gère la gestion de l'exploitation de l'évènement pendant la phase d'ouverture, hors évènements spéciaux.

L'agence logistique :

Devra assurer la gestion logistique des pièces exposées dans les trois espaces, garantissant leur transport sécurisé, leur stockage et leur installation sur site.

L'agence Communication et Relation Presse :

Missionnée par l'Ameublement français pour faire rayonner notre évènement à travers les médias et influenceurs français, italiens et internationaux, et animer les temps forts de l'évènement (vernissage, animation prescripteurs..).



Merci pour votre attention

Contacts Projet

Lucie Balihaut

Directrice International

lucie.balihaut@ameublement.com

mob : 06 58 31 92 98

Catherine Vereecke

Directrice Marketing & Communication

catherine.vereecke@ameublement.com

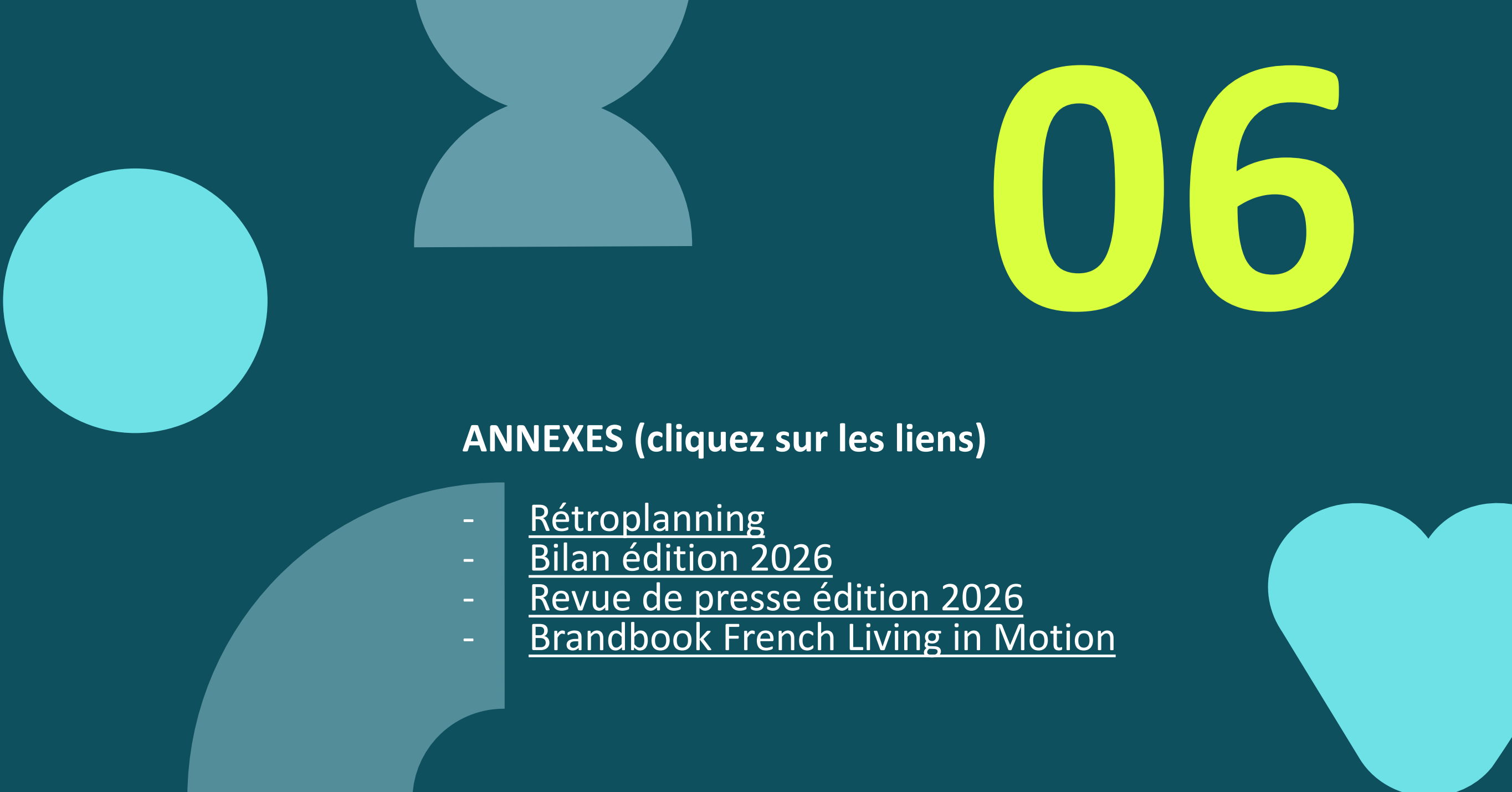
mob : 06 62 57 07 59

Aurélie PEDRO-CARCALY

Responsable communication
internationale

L'Ameublement français

aurelie.pedro@ameublement.com



06

ANNEXES (cliquez sur les liens)

- [Rétroplanning](#)
- [Bilan édition 2026](#)
- [Revue de presse édition 2026](#)
- [Brandbook French Living in Motion](#)