



ACTUALITÉS

AMEUBLEMENT BOIS

Le Plab Grand Est renforce son assise ■

LE PLAB (PÔLE LORRAIN DE L'AMEUBLEMENT BOIS) GRAND EST VIENT D'ACHEVER UNE CAMPAGNE DE PUBLICITÉ TV (SUR FRANCE 5) HISTOIRE DE FAIRE (RE)CONNAÎTRE LE FA-MEUX LABEL IG SIÈGE DE LIFFOL OBTENU EN 2017. UNE ACTION TOMBÉE À POINT NOMMÉ PENDANT LA PÉRIODE DE CONFINEMENT. RESTE AUJOURD'HUI À FAIRE FACE À UN CLIMAT CONJONCTUREL DES PLUS FLOUS POUR CES PROFESSIONNELS DE L'AMEUBLEMENT TRAVAILLANT POUR BON NOMBRE AVEC LE SECTEUR HÔTELLIER DE LUXE.



Le Plab Grand Est vient de mener une campagne de pub TV sur France 5 histoire de faire (re)connaître le label IG Siège de Liffol. Une opération programmée avant la crise sanitaire.

© Plab Grand Est

phique) était programmée avant le début de la crise sanitaire. Nous nous sommes naturellement interrogés sur la pertinence de la maintenir mais les pics d'audience du confinement ont permis d'avoir un réel impact sur le grand public pour faire connaître et reconnaître le savoir-faire de nos entreprises, l'authenticité, la qualité, le Made in France, le traditionnel allié au modernisme de nos créations issues des manufactures du Grand Est.» Obtenu en 2017, le label IG Siège de Liffol-le-Grand concerne aujourd'hui une dizaine d'entreprises et un centre de formation adhérents du Plab.



© Plab Grand Est

«Un label, si vous ne le faites pas vivre, il meurt», assure Anne Thireau-Gérard, la présidente du Plab Grand Est.



«Un label si vous ne le faites pas vivre et (re)connaître, il meurt !» C'est comme tout et encore plus en cette période de flou général. Anne Thireau-Gérard, la présidente du Plab (Pôle Lorrain de l'Ameublement Bois) Grand Est et dirigeante de l'entreprise Pierre Counot-Blandin de Liffol-le-Grand est satisfaite de la campagne de publicité TV sur les antennes de France 5 menée par son organisme, pendant toute la durée du confinement et une partie du déconfinement jusqu'à cette mi-juin. «Cette campagne de promotion du label IG (Indication géogra-

CARNET DE COMMANDES JUSQU'EN AOÛT

«Les produits manufacturés labellisés IG garantissent aux consommateurs la provenance et l'authenticité des savoir-faire utilisés pour leur fabrication. Reste qu'il faut le faire vivre. Les résultats de la campagne de publicité TV sont déjà probants. Concernant l'audience, on estime que le message aura été vu entre 10,8 millions et 11 millions de fois et entre 6,5 et 6,8 millions d'individus auront été exposés au message. Le nombre de visites sur le site internet du label et Plab a plus que doublé.» Une

reconnaissance, une mise en lumière, encore plus nécessaire aujourd'hui pour les quelque 160 adhérents (représentant environ 5 260 salariés) du Plab Grand Est. «Globalement pour bon nombre d'entre nous, nous avons un carnet de commandes jusqu'au mois d'août mais aucune visibilité sur la fin de l'année. Beaucoup travaillent avec le secteur hôtelier et notamment l'hôtellerie de luxe. Il est très délicat de se projeter. Pour ma part au niveau de mon entreprise, j'en suis déjà à mon troisième prévisionnel.» L'impact de la crise sanitaire est indéniable et cette donne sera prise en compte dans le cadre du nouveau plan triennal que le Plab Grand Est est en train de mettre œuvre pour la période 2020-2023 (voir encadré). «Notre rôle est d'accompagner nos entreprises adhérentes, et d'une façon générale de faire participer l'ensemble de la filière. Des actions ciblées sont mises en place pour permettre au plus grand nombre de repartir.» Reste à savoir quand ?

Emmanuel VARRIER

« Notre rôle est d'accompagner nos entreprises adhérentes. Des actions ciblées sont mises en place pour permettre au plus grand nombre de repartir. »

Anne Thireau-Gérard, la présidente du Plab Grand Est.

Nouveau plan triennal en marche ■

Innovation et compétitivité. Développement commercial France & International. Élévation des compétences. Animation, représentation et promotion des marchés de l'ameublement, de l'aménagement des lieux de vie et du luxe. L'ADN du Plab Grand Est (présent à la base uniquement sur la Lorraine depuis sa création en 1992 et qui s'est élargi logiquement au Grand Est mais aussi à l'ensemble de la chaîne de l'ameublement) ne change pas et devrait se renforcer.

Le nouveau plan triennal (2020-2023) aujourd'hui en préparation mettra un accent particulier sur la promotion commerciale. «Il y a un événement mondial qui peut nous amener de bons développements, ce sont les futurs Jeux Olympiques d'été 2024 à Paris», assure Anne Thireau-Gérard, la présidente du Plab Grand Est.

© Plab Grand Est

