

Le 11^{ème} CARREFOUR INTERNATIONAL DU BOIS Un grand cru !

Au sortir du 10^{ème} Carrefour, il y a deux ans exactement, la filière bois entrainait dans une crise économique : la demande chutait brutalement. Le partenariat entre d'un côté, les fournisseurs et de l'autre, les importateurs, négociants de premier rang et utilisateurs substantiels, était ébranlé. Cette situation périlleuse touchait la France, l'Europe et la quasi totalité des pays consommateurs. Depuis lors, les opérateurs ont travaillé principalement sur leurs stocks.

Ce précieux indicateur qu'est le Carrefour du bois traduit aujourd'hui une reprise technique et un rapport offre-demande inversé, sans pour autant marquer une amélioration notable du secteur.

En revanche un groupe comme le nôtre, ayant fait à temps les justes choses pendant cette période troublée, voit aujourd'hui tous ses clignotants au vert et laisse augurer un succès probant dans les années à venir.



Pour situer le Carrefour du bois en terme d'impact et de pôle d'influence, il est bon de préciser qu'il s'inscrit dans une dynamique de croissance, et s'adresse exclusivement aux spécialistes de la filière bois. Certaines enseignes n'ont pas pu y participer, l'ensemble de l'espace s'étant loué rapidement. Le millésime 2010 a rassemblé 500 exposants qui ont accueilli 10 000 visiteurs venus de 60 pays.

Le Carrefour de Nantes est, au niveau européen, l'événement incontournable de l'offre en produits bois: Sciage, bardage, parquet, emballage, solutions bois pour le bâtiment avec comme axe le concept de la maison bois, menuiserie, éléments de meubles en bois, négoce spécialisé...

L'Europe Centrale, de l'Est et du Nord ainsi que les pays du Maghreb caractérisent la couleur dominante de l'évènement.

Ce Carrefour est le lieu de rassemblement de toute la filière bois française ; il y règne une extrême convivialité. Les notions de bois durable, légalité et

traçabilité sont les lignes directrices de ce salon, intégrées par les participants. Les thèmes actuels de l'approvisionnement, les difficultés qui en découlent ainsi que les solutions pour y pallier, furent longuement abordés.

Pour dépeindre l'esprit de cet événement, nous tenons à vous livrer la saveur des commentaires rapportés par nos visiteurs et par l'équipe. Cette dernière a joué une solide partition dans une ambiance chaleureuse, pleine de bonne humeur, et de bons mots.

Certains clients et prospects sont revenus chaque jour sur notre stand, poursuivre les discussions engagées dans un esprit convivial.

Le dynamisme qui règne sur notre stand motive les étudiants à intégrer le groupe Danzer et donne envie de se réaliser au sein de la filière bois.

L'esprit du stand montre à l'évidence qu'Interholco aime et représente bien l'Afrique, et que le groupe Danzer en est proche.



Le professionnalisme, le sérieux ainsi que la motivation des vendeurs prouve que nous avons su gérer la crise. Cette dynamique a profité à l'ensemble de l'équipe Interholco, se traduisant sur le terrain par un haut niveau de confiance en l'avenir.

Présenter des produits nouveaux, Reholz et Vinterio, à côté des classiques, a un impact positif sur l'état d'esprit. Nous parlons du Groupe de façon novatrice, cela suscite de nouveaux intérêts et crée une réelle énergie ; c'est une manière différente d'approcher un salon.

L'équipe Interholco a une conception, quasi amicale

de la relation d'affaires. Le centre de la discussion n'est pas seulement le produit, le prix, l'acheteur et le vendeur mais également la personne qu'il y a derrière et que nous savons apprécier et mettre en valeur.

Nous nous appuyons sur le concept gagnant / gagnant avec nos clients, et échangeons concrètement des informations utiles (adresses contacts, points clefs de marché...)

En quelques années, nous avons su nous forger une place de leader dans notre domaine en doublant souvent nos concurrents directs.

Nos contacts apprécient...

- l'honnêteté, la franchise, la capacité d'écoute et de conseil ;
- la clarté de nos décisions, le respect de nos engagements et de la parole donnée ;
- notre positionnement clair sur le marché ;
- le contact privilégié avec les exposants et l'esprit de convivialité de l'équipe ;
- notre capacité d'intégration et la vitrine que représente notre équipe intergénérationnelle ; de Marjorie la plus jeune, en passant par Christophe, Yvon, Ulli, Christian, Timothy, Marc et Jean Pierre le doyen du groupe comme il se nomme lui-même ;
- notre professionnalisme, notre hospitalité ainsi que le champagne Brioux Lenique...

Le Logo IHC est perçu comme un gage de qualité.

Notre mode de communication est reconnu et apprécié à l'international, ce qui profite au groupe Danzer et vice versa.

Interholco a délivré un message enthousiaste avec assurance et sans arrogance, plein d'astuces, de clins d'œil que l'on pourrait définir par ce slogan.

«  Société qui aime l'Afrique au service du Groupe Danzer »

Nous avons hâte de revenir à ce salon, événement incontournable que nous avons toujours beaucoup de plaisir à fréquenter.

Rendez-vous dans deux ans pour retrouver ce même esprit de savoir-vivre où nous perpétuerons notre objectif, traduit par un client fidèle

« Que l'on se sent bien chez vous ! »

Christian Morgenroth / Marjorie Quéré

Nous avons particulièrement apprécié les remerciements témoignés par l'ensemble des visiteurs, clients et collègues présents.

"You just make people feel good !"

Following the 10th Carrefour International du Bois, 02nd to 04th of June 2010, exactly two years ago, the timber industry fell into an economic crisis. Demand slumped, the partnership between the suppliers on the one hand and importers, large wholesalers and major users on the other weakened. This perilous situation impacted France, Europe and almost all consumer countries. Since then, operators have mainly worked on their stocks. This valuable indicator in the form of the Carrefour du bois illustrates a technical upturn and a reversed supply/demand ratio today, without showing a significant improvement in the sector. In contrast to this trend, a group like ours, having done the right things at the right times in this troubled period, has all systems on go, which bodes well for success in the future.

In order to place the Carrefour du bois in terms of its impact and sphere of influence, it is necessary to explain that it is part of dynamic growth which is only open to "timber-people", i.e. to specialists. Some big names were not able to take part, as the spaces were booked quickly. This year 500 exhibitors have come together to welcome 10,000 visitors from 60 countries.

Sawn timber, parquet, packaging, timber construction solutions in line with the concept of the wooden house, woodwork, wooden furniture, the specialist trade...; the Carrefour in Nantes brings together the most important selection of wooden products in Europe.

Central, Eastern and Northern Europe, together with Morocco,

Algeria and Tunisia set the dominating scene of the event.

This Carrefour is the get together for the entire French timber industry; there is an atmosphere of extreme conviviality. A major subject is the aspect of sustainable wood, focusing on the topics of traceability and legal issues. The more down-to-earth aspects deal with supply difficulties and the advent of new solutions to combat the lack of materials.

In order to let you feel the spirit of this event, we would like to give you a taste of the commentaries you can find here, those of our visitors and the team which has contributed to a warm atmosphere, full of good humour and positive feeling.

Clients and prospective clients came back several times during their stay, continuing to plunge again into the stand's atmosphere. Students who visited were encouraged to work together with our Danzer Group. The atmosphere of the stand placed a spotlight on the fact that Interholco likes Africa and represents it well and that the Danzer Group has a close relationship to this continent.

Salesmen attitudes prove that we have mastered the crisis. Interholco has benefited both in terms of terrain and mentality, with new impetus which is conveyed by high confidence in the future.

Presenting new products, Reholz and Vinterio, alongside the classics, has a positive impact on sentiment; we talk about the Group in a new way, it arouses new interest, a new dynamism, it is a different approach to a trade show.







Our almost friendly and open concept of business relationships with customers was at the core of these days. Discussions do not only focus on the product, price,

buyer and seller, but also on the people behind it who we appreciate and value.

We rely on the concept of a win/win relationship with our clients and exchange useful information (contacts, addresses, key market points...) in concrete terms.


In the last years we have established ourselves as a market leader in our sector, often doubling the market share of our direct competitors.

Our contacts appreciate...

-  *honesty, frankness, the ability to listen and advise;*
-  *the clarity of our decisions, the respect of our dedication and our word;*
-  *our clear positioning on the market;*
-  *the privileged contact with exhibitors and the friendliness of the team ;*
-  *our ability to integrate and the showcase which represents our inter-generation team; from Marjorie the youngest, to Christophe, Yvon, Ulli, Christian, Timothy, Marc and finally Jean-Pierre, the dean, as he calls himself;*
-  *our professional quality and that of our champagne Briaux Lénique...*

The IHC-logo is regarded as a gauge of quality.

We have the impression that this way of communication is adding value to the Danzer Group and vice versa. We tried to deliver an enthusiastic message with confidence. A customer said while talking to us:

 ***The company that likes Africa, serving the Danzer Group***

We are keen to return to this trade fair, this not-to-be-missed event that we are happy to attend.

We particularly appreciated the thanks we received from all the visitors, clients and colleagues who were present.

Let's meet again in two years from now and let's find the same atmosphere of "savoir-vivre" in order to once again try to achieve the goal expressed by a loyal client:

"You just make people feel good!"

*Christian Morgenroth /
Marjorie Quéré*