

Bonjour à tous,

Merci d'être venus si nombreux et surtout : bienvenus au Salon du Meuble de Bruxelles !

C'est la première fois que mon collègue Thomas Hibert et moi-même avons l'honneur de diriger cette conférence de presse. Au cours de la prochaine demi-heure, nous vous présenterons quelques statistiques et informations sur le salon 2022 ainsi qu'un aperçu de nos futurs projets et de la direction que nous souhaitons prendre. Ensuite, nous vous donnerons bien sûr l'occasion de poser toutes vos questions.

Mais nous commençons par une analyse conjoncturelle sur l'industrie du meuble belge, qui vous est présentée par Filip De Jaegher, directeur général de Fedustria.

**L’industrie belge de l’ameublement en 2022 :**

**Les coûts en hausse mettent la compétitivité et les marges sous pression**

**L’industrie belge de l’ameublement**

**Chiffres clés (2021)**

* **719 entreprises**
* **9.824 travailleurs**
* **Chiffre d'affaires : 2,27 milliards d'euros**
* **Part des exportations : 57 %**
* **Part dans le chiffre d'affaires total de l'industrie belge du bois et de l'ameublement : 36 %**

**Synthèse des évolutions au cours du premier semestre 2022**

* Chiffre d'affaires : 1.190,5 millions d'euros, +2,9 % comparativement au premier semestre 2021. Baisse réelle du volume de 11 % par suite de l'augmentation des prix à la production de 15,7 %
* Investissements : 37,5 millions d'euros (-1,3 %)
* Taux d'occupation de la capacité de production : 86,2 %
* Exportations : +1,0 % par rapport à la même période en 2021. La France, les Pays-Bas et l'Allemagne demeurent les principaux débouchés
* Importations : -5,2 % par rapport à la même période en 2021

**Contexte général**

Après une bonne année 2021 avec une augmentation du chiffre d'affaires de presque 10 %, l'industrie belge de l'ameublement a entamé 2022 avec une confiance prudente. Les fabricants ont tenu compte du fait qu'il pourrait y avoir un léger recul après la forte demande par suite d'investissements dans l'intérieur/l'extérieur et la rénovation d'habitations pendant la crise du coronavirus, mais ils ont été pris de vitesse par la forte poussée inflationniste, la crise énergétique et l'invasion de l'Ukraine par la Russie fin février.

Ces développements ont donné lieu à des hausses de prix sans précédent de pratiquement toutes les matières premières et tous les matériaux, ce qui a vraiment entraîné une chute libre de la confiance des consommateurs et mis un frein à la consommation de biens d'investissement durables. Aussi, la demande de meubles a fortement reculé depuis le deuxième trimestre de cette année, d'autant plus que les consommateurs ont à nouveau pu affecter leur budget familial post-corona aux loisirs (e.a. horeca, voyages, ...) ou ont souvent aussi de plus en plus besoin de l'argent pour payer les factures d'énergie en forte hausse en vue de la période hivernale imminente.

L'industrie de l'ameublement, et par extension l'ensemble de l'industrie manufacturière, se trouve donc au beau milieu d'une tempête parfaite : l'augmentation des coûts de l'énergie, des matières premières et du personnel (en raison des indexations automatiques des salaires successives) en même temps qu'une baisse de la demande met les marges et la compétitivité sous très forte pression et crée une grande incertitude sur ce que 2023 va apporter.

**Premier semestre 2022 : Augmentation du chiffre d'affaires, mais baisse du volume**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Evolution du chiffre d'affaires dans l’industrie belge de l’ameublement** | **Prix à la produc-****tion** | **Chiffre d'affaires en volume** |
| **En millions d'euros** | **2020** | **2021** | **'21/'20** | **6 m 2021**  | **6 m 2022 3** | **6 m '22/'21** |  **6 m '22/'21** |  **6 m '22/'21** |
| Chaises et sièges, meubles de salle à manger, salon, chambre à coucher, salle de bains, jardin et terrasse | 812,9 | 933,8 | **14,9 %** | 483,4 | 492,7 | 1,9 % | +15,8 % | **-14 %** |
| Meubles de bureau et de magasin | 430,8 | 489,6 | **13,6 %** | 226,9 | 289,6 | 27,6 % | +28,6 % | **-1 %** |
| Meubles de cuisine | 429,4 | 482,9 | **12,5 %** | 242,5 | 263,7 | 8,7 % | +8,8 % | **sq** |
| Matelas et sommiers | 394,1 | 365,8 | **-7,2 %** | 203,9 | 144,5 | -29,1 % | +2,6 % | **-26,5 %** |
| Industrie de l’ameublement | 2.067,2 | 2.272,1 | **9,9 %** | 1.156,7 | 1.190,5 | 2,9 % | +15,7 % | **-13 %** |

Source : SPF Economie, déclarations TVA

\* Données provisoires

Au premier semestre 2022, le chiffre d'affaires de l'industrie belge de l'ameublement s'élevait à 1.190,5 millions d'euros, soit une augmentation de 2,9 % comparativement au premier semestre 2021. Pendant la même période, les prix à la production ont cependant augmenté de 15,7 % de sorte qu'en termes réels (volume), nous observons une baisse de facto du chiffre d'affaires de 13 %. Par rapport à 2020, le chiffre d'affaires avait encore augmenté de 9,9 % en 2021.

Ces augmentations de prix sont imputables à l'augmentation des coûts des matières premières, des matériaux, de l'énergie et des coûts salariaux, attisée par l'inflation élevée et la guerre en Ukraine.

Les meubles de bureau et de magasin ont connu une augmentation marquante du chiffre d'affaires en 2021 comme au premier semestre de 2022. Avec une hausse de presque 15 %, le mobilier d'habitation a eu une bonne année 2021, mais l'activité a tout de même légèrement reculé au premier semestre 2022 pour atteindre une modeste augmentation du chiffre d'affaires de 1,9 %. Les meubles de cuisine restent populaires et les volumes ont pu être maintenus à niveau. Un constat frappant concerne le recul des matelas et sommiers, tant en 2021 qu'au premier semestre 2022, en tout cas selon les statistiques officielles.

Source : SPF Economie, déclarations TVA

**Investissements et taux d’occupation de la capacité de production**

Au cours du premier semestre 2022, l'industrie belge de l'ameublement a investi 37,5 millions d'euros, à savoir une baisse de 1,3 % par rapport à la même période en 2021. En 2021, 74,5 millions d'euros ont été investis au total, et le volume d'investissement est resté à niveau en comparaison avec l'année précédente.

Le sous-secteur des matelas et sommiers a connu un mouvement de rattrapage au premier semestre 2022 sur le plan des investissements. En 6 mois, on atteignait déjà plus de 75 % du volume d'investissement de 2021. La volonté d'investissement dans le sous-secteur des meubles de cuisine est restée faible (-4,9 % au premier semestre 2022 par rapport à la même période l'année précédente).

|  |
| --- |
| **Evolution des investissements dans l’industrie de l’ameublement** |
| **En millions d'euros** | **2020** | **2021** | **21/20** | **6 m 21** | **6 m 22\*** | **6 m 22/21\*** |
| Chaises et sièges, meubles de salle à manger, de chambre à coucher, de jardin et terrasse | 35,7 | 40,0 | **+12,0 %** | 20,5 | 19,1 | **-6,8 %** |
| Meubles de bureau et de magasin | 8,7 | 10,2 | **+17,2 %** | 5,3 | 5,4 | **+1,9 %** |
| Meubles de cuisine | 20,8 | 17,5 | **-15,9 %** | 8,2 | 7,8 | **-4,9 %** |
| Matelas et sommiers | 8,2 | 6,8 | **-17,1 %** | 4,0 | 5,2 | **+30,0 %** |
| **Total pour l'industrie de l’ameublement**  | **73,4** | **74,5** | **+1,5 %** | **38,0** | **37,5** | **-1,3 %** |

Source : SPF Economie, déclarations TVA

\* Données provisoires

Le taux d'occupation de la capacité de production dans l'industrie belge de l'ameublement reste également élevé dans les temps difficiles et s'élevait même à 89 % au deuxième trimestre 2022.

**Taux d'occupation de la capacité de production dans l'industrie belge de l'ameublement**

 Source : Banque nationale de Belgique

**Emploi dans le secteur belge de l'ameublement**

719 entreprises occupaient 9.824 collaborateurs en 2021, une baisse de 82 unités en comparaison avec 2020. Aussi, en dépit de la crise du coronavirus et en partie grâce au système de chômage temporaire, l'emploi s'est assez bien maintenu.

Cependant, les entreprises du secteur de l'ameublement sont restées en permanence à la recherche de collaborateurs techniquement qualifiés afin de compenser le départ de travailleurs plus âgés.

**La confiance des consommateurs atteint un creux historique**

La confiance des consommateurs belges et européens a baissé à un creux historique en septembre 2022. L'inflation fortement augmentée, la flambée des prix de l'énergie et l'incertitude persistante due à la guerre en Ukraine n'y sont certainement pas étrangères. De ce fait les consommateurs gardent les cordons de la bourse bien serrés et adoptent une attitude expectative en ce qui concerne l'achat de meubles et d'aménagement intérieur. On devine aisément quelles sont les conséquences pour le marché.

**Evolution de la confiance des consommateurs en Belgique et au sein de l'UE**

****

Source : Commission européenne

**Niveau des commandes en baisse dans le commerce de l'ameublement**

Selon l’enquête mensuelle de la Banque Nationale de Belgique, les commandes reçues dans le commerce belge de l'ameublement ont chuté de 4,3 % au cours des 8 premiers mois de 2022, cumulés. Des chiffres positifs n'ont été enregistrés qu'en janvier et en avril. Les soldes d'été ont aussi été plutôt négatives. Cela est probablement imputable à la crise énergétique et à l'incertitude due à la guerre en Ukraine, mais également à une structure des dépenses modifiée après la fin des mesures de lutte contre le coronavirus.

**Evolution des commandes reçues dans le commerce
de l'ameublement**

**(cumul 8 M 2022 = -4,3 %)**

Source : Banque nationale de Belgique

**Commerce extérieur : les importations diminuent, les exportations se stabilisent**

Durant le premier semestre 2022, **les exportations des meubles belges** (transit compris) ont augmenté de 1 % en valeur par rapport au premier semestre 2021. Tenant compte de l'augmentation du prix de revient, cela signifie pourtant bel et bien une baisse du volume. Les exportations de meubles ont atteint presque 870 millions d'euros, la France étant toujours le marché d'exportation principal pour les meubles belges, et affichant une augmentation de 8,5 %. L'exportation vers les Pays-Bas a baissé de 0,9 % et vers l'Allemagne de 2,8 %. Au sein de l'UE, l'Espagne est devenue le 4ème marché d'exportation.

En parallèle avec la baisse de la demande, la valeur de **l'importation de meubles** a baissé de 5,2 % globalement, et l'importation depuis d'autres pays en dehors de l'Union européenne a même baissé de 18,5 %. La Chine (+14,4 %), l'Indonésie (+51,2 %) et le Vietnam (+57 %) ont augmenté leur importance sur le marché belge de l'ameublement. La baisse des prix des conteneurs et la suppression des restrictions dues au coronavirus peuvent certainement y avoir joué un rôle, mais l'importation depuis ces pays avait aussi déjà augmenté en 2021.

|  |
| --- |
| **Commerce extérieur de l'industrie de l'ameublement (meubles en métal et matière synthétique inclus)** |
|   | **Importations belges** | **Exportations belges** | Taux de |
|   | Part |   |   |   | Part |   |   |   | couverture |
|   | 6 m 2022 | 6 m 2021 | 6 m 2022 | 6 m | 6 m 2022 | 6 m 2021 | 6 m 2022 | 6 m | 6 m 2022 |
| **Pays** | en % | 1.000 EUR | 1.000 EUR | 22/21 | en % | 1.000 EUR | 1.000 EUR | 22/21 | (Exp/imp) |
| France | 5,6 | 88.933,3 | 81.681,4 | -8,2 | 40,4 | 323.601,3 | 350.998,0 | 8,5 | 429,7 |
| Pays-Bas | 13,5 | 224.454,6 | 198.876,2 | -11,4 | 23,2 | 203.895,4 | 201.983,9 | -0,9 | 101,6 |
| Allemagne | 12,1 | 209.017,6 | 178.378,8 | -14,7 | 14,3 | 127.913,8 | 124.293,1 | -2,8 | 69,7 |
| Espagne | 0,8 | 10.122,6 | 11.100,6 | 9,7 | 2,4 | 14.194,5 | 20.505,8 | 44,5 | 184,7 |
| Italie | 5,7 | 99.658,7 | 83.401,9 | -16,3 | 2,1 | 21.312,4 | 17.896,2 | -16,0 | 21,5 |
| Luxembourg | 0,1 | 1.191,9 | 1.107,9 | -7,1 | 1,6 | 15.888,0 | 14.042,2 | -11,6 | 1.267,5 |
| Pologne | 7,2 | 120.152,3 | 106.176,2 | -11,6 | 1,0 | 11.577,5 | 8.929,3 | -22,9 | 8,4 |
| Irlande | 0,0 | 1.510,1 | 479,0 | -68,3 | 1,0 | 8.215,1 | 8.614,4 | 4,9 | 1.798,6 |
| Autriche | 0,2 | 5.792,4 | 2.906,1 | -49,8 | 0,8 | 6.788,9 | 6.530,7 | -3,8 | 224,7 |
| Portugal | 0,2 | 5.634,2 | 3.479,7 | -38,2 | 0,5 | 5.139,8 | 4.687,1 | -8,8 | 134,7 |
| Suède | 1,2 | 22.152,9 | 17.354,5 | -21,7 | 0,5 | 7.170,5 | 4.674,8 | -34,8 | 26,9 |
| République tchèque | 0,8 | 35.172,4 | 11.856,5 | -66,3 | 0,5 | 4.734,3 | 4.267,4 | -9,9 | 36,0 |
| Danemark | 1,8 | 25.553,3 | 26.921,6 | 5,4 | 0,4 | 4.318,3 | 3.722,9 | -13,8 | 13,8 |
| Lituanie | 1,0 | 12.472,1 | 13.970,8 | 12,0 | 0,2 | 3.235,5 | 2.024,5 | -37,4 | 14,5 |
| Roumanie | 2,0 | 51.657,9 | 28.659,4 | -44,5 | 0,2 | 1.925,1 | 2.017,3 | 4,8 | 7,0 |
| Grèce | 0,0 | 66,0 | 133,5 | 102,2 | 0,2 | 1.344,2 | 1.857,4 | 38,2 | 1.391,1 |
| Hongrie | 0,2 | 11.383,7 | 3.213,0 | -71,8 | 0,2 | 1.878,2 | 1.717,6 | -8,6 | 53,5 |
| Estonie | 0,1 | 1.895,9 | 852,1 | -55,1 | 0,1 | 954,5 | 887,0 | -7,1 | 104,1 |
| Chypre | 0,0 | 0,1 | 3,6 | 4.957,7 | 0,1 | 2.561,4 | 871,7 | -66,0 | 24.273,8 |
| Slovaquie | 0,1 | 20.506,2 | 1.345,6 | -93,4 | 0,1 | 1.052,5 | 860,9 | -18,2 | 64,0 |
| Finlande | 0,3 | 5.386,7 | 4.454,9 | -17,3 | 0,1 | 1.003,3 | 771,1 | -23,1 | 17,3 |
| Malte | 0,0 | 0,1 | 2,0 | 1.433,3 | 0,1 | 323,1 | 525,6 | 62,7 | 26.572,4 |
| Slovénie | 0,0 | 3.053,3 | 505,7 | -83,4 | 0,1 | 277,3 | 501,8 | 80,9 | 99,2 |
| Croatie | 0,0 | 598,6 | 714,3 | 19,3 | 0,0 | 306,6 | 414,4 | 35,1 | 58,0 |
| Bulgarie | 0,2 | 1.229,6 | 2.446,5 | 99,0 | 0,0 | 515,5 | 405,9 | -21,3 | 16,6 |
| Lettonie | 0,0 | 61,3 | 107,3 | 74,9 | 0,0 | 260,5 | 201,7 | -22,6 | 188,0 |
| **Union européenne** | **53,1** | **957.657,9** | **780.129,2** | **-18,5** | **90,2** | **770.387,7** | **784.202,6** | **1,8** | **100,5** |
| Royaume-Uni | 0,7 | 14.760,1 | 10.607,2 | -28,1 | 2,7 | 25.730,1 | 23.214,0 | -9,8 | 218,9 |
| USA | 0,2 | 3.442,6 | 2.987,6 | -13,2 | 2,0 | 15.892,7 | 17.660,9 | 11,1 | 591,1 |
| Suisse | 0,1 | 1.525,3 | 1.299,5 | -14,8 | 1,2 | 12.390,3 | 10.525,9 | -15,0 | 810,0 |
| Australie | 0,0 | 68,4 | 17,4 | -74,5 | 0,4 | 2.516,9 | 3.612,0 | 43,5 | 20.718,3 |
| Canada | 0,0 | 843,1 | 259,0 | -69,3 | 0,3 | 1.378,3 | 2.596,5 | 88,4 | 1.002,5 |
| Israël | 0,3 | 2.627,5 | 3.693,0 | 40,6 | 0,3 | 3.260,8 | 2.381,2 | -27,0 | 64,5 |
| Singapour | 0,0 | 45,5 | 0,8 | -98,3 | 0,2 | 411,3 | 2.005,8 | 387,7 | 252.622,7 |
| Chine | 29,6 | 380.207,5 | 435.076,2 | 14,4 | 0,2 | 2.905,6 | 1.687,5 | -41,9 | 0,4 |
| R.D. du Congo | 0,0 | 0,5 | 0,9 | 84,5 | 0,2 | 900,1 | 1.410,6 | 56,7 | 164.791,7 |
| EAU | 0,0 | 75,5 | 20,9 | -72,3 | 0,2 | 1.395,3 | 1.374,4 | -1,5 | 6.565,9 |
| Maroc | 0,0 | 399,6 | 366,2 | -8,4 | 0,1 | 832,4 | 1.299,1 | 56,1 | 354,8 |
| Japon | 0,1 | 2.411,4 | 918,7 | -61,9 | 0,1 | 914,7 | 1.124,9 | 23,0 | 122,4 |
| Cameroun | 0,0 | 11,1 | 31,5 | 183,1 | 0,1 | 875,0 | 1.071,7 | 22,5 | 3.398,3 |
| Corée du Sud | 0,0 | 187,3 | 102,4 | -45,3 | 0,1 | 1.226,2 | 943,0 | -23,1 | 920,6 |
| Norvège | 0,0 | 64,2 | 25,7 | -59,9 | 0,1 | 1.037,7 | 869,1 | -16,2 | 3.379,5 |
| **Commerce extérieur de l'industrie de l'ameublement (meubles en métal et matière synthétique inclus)** |
|   | **Importations belges** | **Exportations belges** | Taux de |
|   | Part |   |   |   | Part |   |   |   | couverture |
|   | 6 m 2022 | 6 m 2021 | 6 m 2022 | 6 m | 6 m 2022 | 6 m 2021 | 6 m 2022 | 6 m | 6 m 2022 |
| **Pays** | en % | 1.000 EUR | 1.000 EUR | 22/21 | en % | 1.000 EUR | 1.000 EUR | 22/21 | (Exp/imp) |
| Togo | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,1 | 87,6 | 737,8 | 742,6 | –  |
| Sénégal | 0,0 | 24,4 | 0,1 | -99,8 | 0,1 | 752,9 | 657,8 | -12,6 | 1.114.857,6 |
| Arabie saoudite | 0,0 | 5,0 | 0,4 | -91,7 | 0,1 | 645,4 | 630,9 | -2,2 | 152.381,9 |
| Hong Kong | 0,0 | 4.890,9 | 602,4 | -87,7 | 0,1 | 699,2 | 593,8 | -15,1 | 98,6 |
| Inde | 1,5 | 16.761,0 | 22.334,7 | 33,3 | 0,1 | 196,3 | 564,0 | 187,4 | 2,5 |
| Islande | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,1 | 677,7 | 550,5 | -18,8 | –  |
| Liban | 0,0 | 271,5 | 423,1 | 55,8 | 0,1 | 323,4 | 544,4 | 68,4 | 128,7 |
| Thaïlande | 0,4 | 4.200,4 | 5.352,1 | 27,4 | 0,1 | 406,7 | 542,4 | 33,4 | 10,1 |
| Brésil | 0,3 | 703,4 | 4.055,4 | 476,6 | 0,1 | 3.750,4 | 517,5 | -86,2 | 12,8 |
| Ghana | 0,0 | 0,2 | 2,9 | 1.590,2 | 0,0 | 533,5 | 430,0 | -19,4 | 14.622,3 |
| Guinée | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 332,2 | 423,7 | 27,6 | 14.124.200,0 |
| Géorgie | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 120,5 | 349,1 | 189,7 | –  |
| Indonésie | 4,5 | 44.124,0 | 66.695,0 | 51,2 | 0,0 | 238,7 | 291,8 | 22,2 | 0,4 |
| Qatar | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 688,7 | 288,5 | -58,1 | –  |
| Russie | 0,0 | 59,3 | 180,0 | 203,3 | 0,0 | 887,7 | 277,9 | -68,7 | 154,4 |
| Turquie | 3,6 | 55.661,9 | 53.455,7 | -4,0 | 0,0 | 408,5 | 256,7 | -37,2 | 0,5 |
| Taïwan | 0,1 | 1.344,1 | 1.792,5 | 33,4 | 0,0 | 575,0 | 245,2 | -57,4 | 13,7 |
| Afrique du Sud | 0,0 | 142,6 | 51,2 | -64,1 | 0,0 | 721,8 | 227,2 | -68,5 | 444,1 |
| Jordanie | 0,0 | 2,0 | 2,8 | 38,1 | 0,0 | 135,2 | 226,9 | 67,9 | 8.073,8 |
| Chili | 0,0 | 2,4 | 1,3 | -46,0 | 0,0 | 107,8 | 211,9 | 96,6 | 16.525,8 |
| Côte d'Ivoire | 0,0 | 0,6 | 6,8 | 1.121,3 | 0,0 | 520,8 | 209,8 | -59,7 | 3.068,0 |
| Gabon | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 211,7 | 196,2 | -7,3 | –  |
| Costa Rica | 0,0 | 0,0 | 1,3 | –  | 0,0 | 20,7 | 186,5 | 801,1 | 14.730,6 |
| Egypte | 0,0 | 327,0 | 230,0 | -29,7 | 0,0 | 199,7 | 177,2 | -11,3 | 77,0 |
| Bénin | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 69,8 | 172,7 | 147,6 | –  |
| Nouvelle-Zélande | 0,0 | 0,0 | 153,6 | –  | 0,0 | 373,8 | 171,3 | -54,2 | 111,6 |
| Libye | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 22,7 | 169,2 | 645,0 | –  |
| Rwanda | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 154,2 | 161,0 | 4,4 | –  |
| Mexique | 0,0 | 296,5 | 169,9 | -42,7 | 0,0 | 313,0 | 143,3 | -54,2 | 84,4 |
| Nigeria | 0,0 | 0,0 | 0,1 | –  | 0,0 | 211,9 | 141,1 | -33,4 | 135.651,0 |
| Royaume-Uni (Irlande du Nord) | 0,0 | 0,0 | 3,1 | –  | 0,0 | 210,4 | 125,8 | -40,2 | 4.065,9 |
| Burkina Faso | 0,0 | 15,0 | 7,0 | -53,5 | 0,0 | 40,7 | 122,0 | 200,0 | 1.748,7 |
| Serbie | 0,6 | 6.171,5 | 8.173,5 | 32,4 | 0,0 | 103,3 | 102,2 | -1,1 | 1,3 |
| Angola | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 278,6 | 100,3 | -64,0 | –  |
| Mali | 0,0 | 0,0 | 0,2 | –  | 0,0 | 30,1 | 99,9 | 232,0 | 46.247,2 |
| Kenya | 0,0 | 0,0 | 0,1 | –  | 0,0 | 172,4 | 94,4 | -45,2 | 88.215,9 |
| Maurice | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 102,1 | 92,4 | -9,6 | –  |
| Bermudes | 0,0 | 0,0 | 0,2 | –  | 0,0 | 0,0 | 87,3 | –  | 37.140,4 |
| Mauritanie | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 72,3 | 85,1 | 17,8 | –  |
| Koweït | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 110,8 | 84,6 | -23,6 | –  |
| Malaisie | 0,7 | 8.143,1 | 10.094,9 | 24,0 | 0,0 | 89,3 | 79,9 | -10,5 | 0,8 |
| Pérou | 0,0 | 1,0 | 0,0 | -97,3 | 0,0 | 87,0 | 78,2 | -10,0 | 289.796,3 |
| Niger | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 42,1 | 73,9 | 75,5 | –  |
| Colombie | 0,0 | 52,3 | 48,1 | -8,0 | 0,0 | 47,6 | 73,8 | 54,9 | 153,4 |
| Cap Vert | 0,0 | 0,0 | 32,7 | –  | 0,0 | 89,1 | 72,5 | -18,7 | 221,8 |
| Monténégro | 0,0 | 0,0 | 2,4 | –  | 0,0 | 1,5 | 69,8 | 4.473,5 | 2.934,4 |
| Argentine | 0,0 | 0,5 | 0,0 | -100,0 | 0,0 | 79,4 | 64,9 | -18,3 | –  |
| Gambie | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 106,8 | 62,9 | -41,1 | –  |
| Congo (Brazzaville)  | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 130,7 | 60,4 | -53,8 | –  |
| Madagascar | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 40,4 | 59,7 | 47,6 | –  |
| Barbade | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 7,8 | 59,5 | 664,5 | –  |
| Uruguay | 0,0 | 0,0 | 2,0 | –  | 0,0 | 305,1 | 58,1 | -81,0 | 2.928,0 |
| Macédoine | 0,0 | 549,9 | 549,1 | -0,1 | 0,0 | 318,3 | 56,9 | -82,1 | 10,4 |
| Kosovo | 0,1 | 602,9 | 934,6 | 55,0 | 0,0 | 67,0 | 56,4 | -15,9 | 6,0 |
| Philippines | 0,0 | 313,7 | 293,7 | -6,4 | 0,0 | 47,1 | 53,5 | 13,5 | 18,2 |
| Tunisie | 0,0 | 13,8 | 9,1 | -34,2 | 0,0 | 44,2 | 49,6 | 12,4 | 548,3 |
| Ukraine | 0,8 | 12.112,1 | 11.236,2 | -7,2 | 0,0 | 237,5 | 49,5 | -79,2 | 0,4 |
| Sierra Leone | 0,0 | 0,0 | 0,0 | –  | 0,0 | 142,7 | 49,4 | -65,4 | –  |
| Oman | 0,0 | 0,1 | 0,0 | -100,0 | 0,0 | 60,8 | 47,9 | -21,1 | –  |
| Vietnam | 2,6 | 24.318,4 | 38.189,4 | 57,0 | 0,0 | 48,2 | 42,4 | -12,1 | 0,1 |
| Total autres pays | 0,6 | 4.799,1 | 8.745,6 | 82,2 | 0,1 | 1.212,0 | 653,9 | -46,1 | 7,5 |
| **Total** | **100,0** | **1.550.238,1** | **1.469.369,4** | **-5,2** | **100,0** | **860.767,6** | **869.142,5** | **1,0** | **59,2** |
| Source : ICN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Perspectives : affaiblissement prévu de l'activité économique en 2022 et 2023**

La poursuite de la reprise économique après la crise du coronavirus a été complètement anéantie au printemps 2022. L'invasion russe de l'Ukraine a provoqué une explosion sans précédent des prix de l'énergie dans l'UE, avec de nouvelles perturbations dans les lignes d'approvisionnement en matières premières et matériaux. Les prix élevés des matières premières et de l'énergie, ainsi que la hausse rapide des coûts salariaux due à l'accélération de l'inflation, pèsent sur l'activité économique. Le ralentissement économique prévu dans l'UE, ainsi que la conjoncture en baisse dans le secteur de la construction, ont un fort impact négatif sur l'industrie de l'ameublement. De plus, les consommateurs occidentaux réduisent leurs dépenses parce qu'un trop grand pouvoir d'achat est affecté à la facture d'énergie onéreuse.

Selon les prévisions du Bureau fédéral du Plan (communiqué de presse du 8 septembre 2022), l'économie belge devrait croître de 2,6 % en 2022 et seulement de 0,5 % en 2023. En raison de l'inflation galopante, la croissance économique va s'arrêter au quatrième trimestre de 2022 et au premier trimestre de 2023. Dans l'UE, la principale zone d'exportation pour l'industrie de l'ameublement, la croissance économique en 2022 devrait s'élever à 2,7 %. Selon les prévisions, l'économie de l'UE devrait connaître une croissance de 1,5 % en 2023 (Perspectives économiques UE été 2022).

En raison de l'affaiblissement prévu de l'activité économique en 2022 et en 2023 en Belgique et dans l'UE, les perspectives d'augmentation de l'activité dans l'industrie de l'ameublement sont très sombres.

Source : Fedustria

*Fedustria est la fédération belge de l’industrie du textile, du bois et de l’ameublement. Nous représentons en Belgique quelque 1.700 entreprises (dont plus de 90 % sont des pme), qui créent ensemble 36.000 emplois directs et réalisent un chiffre d'affaires de 10,9 milliards d'euros, dont environ 70 % proviennent de l'exportation.*

*Considérée individuellement, l’industrie belge de l’ameublement réalise un chiffre d’affaires de 2,3 milliards d'euros et occupe quelque 10.000 personnes.*

Pour plus d'informations :

Filip De Jaeger, T 02/528 58 61, GSM 0486/89 81 84, e-mail filip.de.jaeger@fedustria.be

**LE SALON DU MEUBLE 2022**

Au cours des 15 à 20 prochaines minutes, nous ne voulons pas vous ennuyer avec beaucoup plus de chiffres et allons donc essayer d’être assez brefs.

Cette année, nous avons eu l'honneur d'accueillir 215 fabricants de meubles. Par rapport à l’édition précédente, cela représente une augmentation de 47 exposants. Mais ce qui nous satisfait le plus, c'est le fait que cette augmentation confirme continuellement notre identité internationale. C'est une tendance que nous souhaitons renforcer dans les années à venir. Cette année, nous avons par exemple 7 exposants de plus venant de Scandinavie.

En ce qui concerne le nombre de visiteurs, nous avons constaté un statu quo en examinant les préinscriptions. Comme nos visiteurs VIP ont été particulièrement rapides à répondre à nos invitations, nous prévoyons, ou espérons du moins, une légère augmentation du nombre de visiteurs par rapport à l'année dernière. Étant donné que la plupart de nos visiteurs viennent d'Europe, nous avons la chance de ne pas trop ressentir l'influence des conflits internationaux actuels. Mais pour les années à venir, nous croyons fermement que le nombre de visiteurs peut augmenter de manière significative ! Pour y parvenir, nous mettrons l'accent sur de nouvelles régions et sur les personnes actives sur le marché des collectivités, mais nous avons également pour objectif d'améliorer notre communication en cours d'année, avec plus de visibilité et plus de contenu.

Comme vous l'avez tous lu et écrit, le Salon du Meuble de Bruxelles a très récemment changé de direction, et donc aussi de cap. Nous n'avons pas l'intention de procéder à une transformation complète, mais d'apporter des améliorations là où nous le jugeons nécessaire et d'utiliser nos forces plus efficacement.

Pour y parvenir, nous voulons nous concentrer sur trois points principaux : le caractère réaliste, la fiabilité et la création d'une expérience inoubliable pour nos visiteurs.

Premièrement, le Salon du Meuble de Bruxelles a toujours été un salon très réaliste et efficace : d'une part pour nos visiteurs, qui peuvent visiter un salon à taille humaine où ils peuvent trouver une offre large et en phase avec le marché ; d'autre part pour nos exposants, qui peuvent participer à un prix au mètre carré plus que réaliste, et qui peuvent compter sur notre équipe très expérimentée pour une organisation efficace et fluide. Nous voulons absolument conserver et renforcer cet élément caractéristique de notre salon !

Deuxièmement, et peut-être le plus important : la fiabilité ! Surtout en ces temps de crise, ou du moins dans une période pleine d'incertitudes et de questions sur l'avenir, Bruxelles veut servir de valeur sure pour l'ensemble du secteur. Organiser un salon ne signifie pas seulement beaucoup de travail pour nous en tant qu'organisateurs, mais implique aussi beaucoup de préparatifs et de planification pour nos exposants. Ils doivent s'assurer que toute leur équipe soit disponible pendant le salon, ils doivent organiser la construction du stand et espérer que le fournisseur ne manque pas de personnel et qu’il ait encore de la place dans son agenda. Ils doivent veiller à ce que la nouvelle collection soit prête à temps pour être présentée au salon. Et tout cela doit s'inscrire dans le budget marketing qui a été fixé des mois auparavant.

Les exposants, mais aussi les acheteurs et toutes les autres parties prenantes doivent savoir que lorsqu'ils inscrivent le Salon du Meuble de Bruxelles dans leur agenda, c'est comme s'il était gravé dans la pierre. Que ce soit avec un taux d'occupation de 100 % ou de 60 %, nous avons décidé de ne pas changer de date.

Enfin, nous voulons créer une expérience inoubliable. Les visiteurs doivent arriver au salon avec le sourire et en ressortir avec un bon sentiment et des moments qu'ils ne sont pas prêts d'oublier. Dans la région du Benelux en particulier, notre salon est considéré comme la grand-messe de la branche du meuble. Nous voulons profiter de ce moment pour renouer les liens et créer un contact direct.

Cette année, en guise d'avant-goût, tous nos visiteurs VIP ont trouvé dans leur chambre d’hôtel une pièce de monnaie du Salon du Meuble. Cette pièce sera également distribuée à tous les visiteurs aux entrées du salon afin de faire monter le suspense. Vous trouverez également une telle pièce dans votre dossier de presse. N'hésitez pas à l'essayer dans l'une de nos machines à chewing-gum situées à côté du comptoir VIP, juste en dessous de ce restaurant.

Afin de travailler à ces points d’amélioration, nous sommes convaincus que la communication est essentielle : envers nos clients, nos visiteurs, nos fournisseurs et les relations avec la presse bien sûr. C'est pourquoi nous avons renforcé notre équipe en faisant revenir Thomas en tant que responsable de la communication et du marketing, et moi-même en tant que directeur général, afin de consolider et d'élargir les relations que nous entretenons avec nos exposants et nos partenaires. Le contact personnel et le dialogue sont des valeurs que nous prônons, alors n'hésitez pas à venir nous trouver pour nous faire part de votre point de vue ou de votre vision de notre secteur.

Ceci étant dit, nous terminerons la présentation par quelques chiffres et faits concernant cette édition du Salon du Meuble de Bruxelles:

* Statistiques :
	+ 215 exposants
	+ 10 exposants de plus qu’en 2021 dans le hall de la literie, palais 6
	+ 6800 mètres carrés de plus qu’en 2021
	+ Nationalités : en ordre alphabétique et par nombre

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pays d'origine**  | **Nombre** |  | **Pays d'origine**  | **Nombre** |
| Albanie | 1 |  | Belgique | 69 |
| Allemagne | 17 |  | Pays-Bas | 68 |
| Autriche | 2 |  | Allemagne | 17 |
| Belgique | 69 |  | Pologne | 15 |
| Bosnie-Herzégovine | 1 |  | Italie | 11 |
| Bulgarie | 1 |  | France | 6 |
| Danemark | 4 |  | Lituanie | 5 |
| France | 6 |  | Danemark | 4 |
| Italie | 11 |  | Suède | 4 |
| Lituanie | 5 |  | Turquie | 4 |
| Pays-Bas | 68 |  | Portugal | 3 |
| Pologne | 15 |  | Autriche | 2 |
| Portugal | 3 |  | Singapour | 2 |
| Roumanie | 1 |  | Albanie | 1 |
| Royaume-Uni | 1 |  | Bosnie-Herzégovine | 1 |
| Singapour | 2 |  | Bulgarie | 1 |
| Suède | 4 |  | Roumanie | 1 |
| Turquie | 4 |  | Royaume-Uni | 1 |

* + TOP 3 : surface de stand
1. MECAM – 1347 m²
2. HTL – 786 m²
3. HIMA, ROM & DE EIKEN ZETEL – 725 m²
	* TOP 3 : construction de stand (remis par le constructeur officiel du Salon du Meuble – très subjectif)
4. MOBITEC (le plus beau)
5. MAX DIVANI, PASSE PARTOUT, ROM (les plus conviviaux)
6. WIEMANN, WIMEX, LODDENKEMPER, FEMIRA (le plus impressionnant)
* Quelques noms :
	+ Nouveaux exposants et retours les plus marquants: Voglauer, Stooly, Stommen Group (Brafab, Furninova, conform), Key West Bedding, Caso Furniture, M-Line/DBC International, Bijnen, Ada Möbelwerke, CBA Meubles/Demeyere, Cacio, Ultima.
	+ Les absents les plus marquants: LS Bedding, Polipol, Calia Italia, Veldeman Bedding.
* Nouveautés à Bruxelles :

Un des principaux objectifs que nous nous sommes fixés est de créer une plate-forme destinée à un public plus large au sein de l'industrie du meuble, et si possible, étendue sur une période beaucoup plus longue. La plupart des nouveautés que nous mentionnerons dans ce chapitre reflètent cette idée.

Nous avons commencé par la création d'un nouveau segment sur le magasin de demain : « Bubble Up Your Store » est une présentation des services et des produits qui permettent à chaque magasin de meubles d'apporter une valeur ajoutée à leur espace de vente (en ligne et hors ligne) ainsi qu'à leur activité en général. Le client d'aujourd'hui ne s'attend pas seulement à voir des meubles lorsqu'il entre dans un magasin de meubles, car il dispose d'Internet pour le faire. Les clients d'aujourd'hui veulent être accueillis chaleureusement, éprouver un sentiment de bonheur, être inspirés par des meubles individuels dans un aménagement bien pensé, et découvrir des solutions complètes. Chaque sens doit être stimulé de la bonne manière. Nous parlons de marketing olfactif, auditif, visuel et de soutien direct.

Comme nous voyons beaucoup de similitudes entre les espaces commerciaux de nos visiteurs et notre salon, permettez-nous de répondre spontanément à une question qui empêche tout le monde de dormir : quel est l'avenir des foires physiques dans un monde en ligne ? Eh bien, l'idée principale est simple : le commerce en ligne et le commerce physique sont tout simplement inséparables. Il suffit de voir votre doigt tapoter sur l'écran de votre téléphone portable pour comprendre ce que nous voulons dire : l'espace en ligne vient le plus souvent en soutien des aspects physiques. Il est rare qu'il le remplace complètement. Pour le dire encore plus simplement : personne ne posera jamais son derrière sur un canapé en ligne pour en tester la fermeté.

À côté de « Bubble Up Your Store », nous avons accru nos efforts pour mettre en avant nos créateurs et écoles de design. Vous y découvrirez les créations de jeunes designers et pourrez aussi y rencontrer des designers dont les modèles sont prêts à entrer sur le marché.

Nous avons également prévu bien à l’avance de réserver un espace dans le palais 6 où tous les fabricants de literie qui n’exposent pas à Brussels by Night auront l’opportunité d’exposer leurs produits aux visiteurs spécifiques de ce palais, qui autrement pourraient les manquer lors de leur visite à Bruxelles. Vous les retrouverez au stand 6-307 « The Woods ».

Enfin, et comme annoncé plus tôt, nous sommes convaincus que le physique et le virtuel sont destinés à se compléter. C’est pourquoi nous avons lancé un nouveau blog, alimenté d’une newsletter intitulée « BRUSSELS FURNITURE afFAIR ». Ces articles remplaceront notre habituel magazine BE. Pour nous, ce blog est aussi l’occasion d’offrir une visibilité accrue à nos exposants en dehors des quatre jours du salon. Le nom parle de lui-même : vous y découvrirez tout ce qui se trame pendant le Salon du Meuble ainsi que les différents participants. Si vous n’avez pas reçu la newsletter, n’hésitez pas à nous le faire savoir !

Pour conclure, nous tenons à vous remercier une fois de plus pour votre présence et votre attention. Nous faisons de notre mieux pour être à votre disposition, donc n’hésitez pas à venir nous voir et nous nous ferons un plaisir de prendre le temps de répondre à vos questions !