

**AVANT-PROPOS SALON DU MEUBLE DE BRUXELLES 2023**

**Entre continuité et nouveautés**

Le Salon du Meuble de Bruxelles reste la plateforme de rencontre et de connexion par excellence pour les fabricants et les commerçants de meubles. Avec une offre représentative du marché, une segmentation claire et une superficie à taille humaine, le salon rassemble tous les ingrédients pour une visite efficace et productive. C'est dans cet esprit que nous avons introduit l'année dernière le slogan « Bubble Up your Business ». Après une période hors norme qui a vu le monde entier à l'arrêt, il était nécessaire d'aller à nouveau de l'avant et de se reconcentrer sur le développement des affaires.

Avec la nouvelle campagne de 2023, le Salon du Meuble garde le regard tourné vers l'avenir, mais en se concentrant cette fois sur les autres éléments fondamentaux du secteur du meuble et du design : l'esthétique, l'inspiration et le mode de commerce de demain. Trois aspects qui ont un point en commun : la nature. Elle sert de source d'inspiration au design des meubles, en fournit les matériaux et a un effet régulateur sur la problématique croissante du climat. Dans un contexte en perpétuel changement, il est d'autant plus important pour chaque professionnel de bien cadrer l'essentiel de son activité et d'axer ses innovations sur celle-ci.

C'est pourquoi, outre la campagne de lancement du Salon du Meuble, diverses facettes de cette édition 2023 ont également été repensées. Car bien que les meubles continuent de former le squelette de tout intérieur, nous observons, au sein du secteur, une rapide évolution en matière de technologies et de techniques de vente, mais aussi d'attentes et de comportement d'achat des consommateurs.

**Nouveautés**

**Exposants**Début septembre, la superficie déjà occupée au salon dépasse largement la surface de stands totale de novembre 2022. Pour la première fois depuis 2018, chaque mètre carré du palais 4 est vendu. Il est vrai que nous avons été aidés à cet égard par deux de nos plus fidèles exposants, Passe Partout et Recor Group, qui ont quitté leur traditionnelle place (depuis plus de 20 ans !) dans le palais 5 pour encore mieux recevoir leurs visiteurs sur un stand plus vaste au concept revisité. Pour compenser, nous accueillons notamment deux nouveaux noms au palais 5 : Beka et Saunaco. Le palais 3 connait lui aussi une forte augmentation de la taille des stands « traditionnels ». À quelques mois du salon, Brussels by Night, dans le palais 6, suit la même tendance, avec, pour le moment, un nombre d'exposants inférieur à celui de l'année passée, mais un hall d'ores et déjà plus rempli qu'en 2022. Enfin, nous sommes très satisfaits de constater, pour la deuxième année consécutive, une hausse significative du nombre d'exposants scandinaves, avec comme nouveaux venus Ecolife Beds, Dan-Form, Tenzo, Innovation Living et Torpe.

**Aménagement des palais**Cette année, le Salon du Meuble a accordé une attention accrue à l'aménagement et l'atmosphère des palais et des accès. Des halls d'entrée baignés dans un décor de nature, des plans et une signalisation dessinés sur place par un artiste, des œuvres d'art qui évoluent au fil des jours, le fauteuil de la campagne comme coin à selfie... Plus que jamais, le Salon du Meuble veut inspirer le visiteur en lui faisant temporairement oublier le monde extérieur et en le plongeant dans un véritable temple du meuble.

**Square (palais 3)**Comme nous le signalions, le palais 3 connait lui aussi une hausse de sa superficie occupée. Si de ce fait, le Square, qui ces dernières années s'est toujours plus distingué comme le point de rendez-vous où faire le plein d'inspiration et découvrir les nouveautés, a été légèrement réduit en taille, la qualité et la pertinence de son offre ont en revanche fait un gigantesque bon en avant ! Design Street et Design Academy ont ainsi fusionné sous l'appellation « Design Academy Masters & Scholars ». Le visiteur y trouvera une jolie sélection de produits issus de valeurs sures du monde du design, associée à des réalisations des étudiants les plus prometteurs en design de meubles. D'autre part, le Square accueille à nouveau le concept Bubble Up your Store, inauguré l'année dernière et servant à mettre en contact les commerçants avec des fournisseurs de produits et services pouvant les aider à optimiser leur espace de vente pour mieux répondre aux exigences du « magasin de demain ». Le Square sera également agrémenté de panneaux d'affichage rassemblant diverses informations sur un thème spécifique, cette année articulé autour de l'écologie. Le public y trouvera aussi des informations utiles sur différents acteurs du secteur du meuble qui ne sont pas des fabricants ou des revendeurs. Quelques mètres plus loin, nous prévoyons un coin détente où les visiteurs auront la possibilité de feuilleter, dans un cadre paisible et dédié, les magazines de nos partenaires de presse. Enfin, pour les exposants cherchant à accroître leur visibilité, un podium sera placé à l'entrée du Square (tout comme aux deux autres entrées du salon) où un meuble spécifique pourra être mis en lumière.

**Numérique et papier**Tout comme pour le reste de la branche, trouver un bon équilibre entre communication physique et numérique est essentiel pour le Salon du Meuble. L'année dernière, le magazine papier BE a été remplacé par une newsletter accompagnée d'un blog. Ces deux médias continueront à informer nos visiteurs sur tout ce que le salon leur réserve, et ce également en dehors des 4 jours de l'évènement. Le passage à un format numérique nous offre donc la possibilité de prolonger la période officielle de notre salon. Mais le Salon du Meuble a décidé cette année d'également distribuer sur place une petite gazette papier gratuite. Ce format reste la meilleure manière d'informer le public de façon simple et efficace et de l'aider à optimiser sa visite.

**ECO-Stories**Comme annoncé, l'écologie jouera cette année un rôle central dans notre campagne. C'est dans cet esprit que nous lançons le nouveau label « ECO-Stories », qui permettra au visiteur d'identifier en un coup d'œil sur le plan les exposants qui cherchent activement à mettre en place des solutions plus respectueuses de l'environnement. Aujourd'hui encore, il reste extrêmement difficile de calculer clairement l'impact de nos activités sur l'écologie. Ce label vise à permettre l'échange d'expériences et de savoir-faire en la matière.

**Toujours aussi incontournable**

**Efficacité**En toile de fond de toutes ces nouveautés, le Salon du Meuble de Bruxelles reste fidèle à lui-même. Notre attention reste ainsi centrée sur l'offre d'un environnement agréable et accueillant, propice aux affaires. L'efficacité, qui au cœur de notre modèle de salon, se reflète dans le prix du mètre carré — toujours très attractif par rapport à des salons concurrents —, mais aussi dans celui appliqué pour les visiteurs. Bien que les tarifs d'entrée aient, pour la première fois depuis des années, été revus à la hausse, un montant de 28 euros pour 4 jours de salon reste bien inférieur au prix moyen d'évènements comparables. Les visiteurs de Bruxelles profitent chez nous d'un salon à la segmentation claire, aux stands à taille humaine et à l'offre conforme au marché.

**Convivialité**Le secteur de l'organisation de salons et d'évènements a payé un lourd tribut aux aléas de ces dernières années. Malgré cela, le Salon du Meuble est à ce jour parvenu à limiter les conséquences sur son organisation. Ceci, nous le devons principalement aux liens étroits que nous entretenons avec nos clients et fournisseurs. Mais qu'est-ce que cela implique concrètement pour nos visiteurs ? Nous en parlions : le prix d'entrée est cette année légèrement plus élevé. D'autre part, si les espaces-bars continueront de proposer de petits snacks et boissons gratuits, les boissons alcoolisées seront désormais payantes. Pour le reste, les visiteurs profiteront d'une offre élargie à tous les niveaux, avec notamment de nouveaux points de restauration.

**Pictogramme Contract - Couloirs inspirants - Balthazar Awards**Le Salon du Meuble continue cette année à identifier ses exposants actifs sur le marché des projets au moyen d'un pictogramme spécifique sur le plan du salon, permettant aux visiteurs intéressés de planifier leur visite au mieux. Par ailleurs, 2023 ne fera pas exception à la longue tradition des Balthazar Awards, qui seront, comme à l'accoutumée, décernés le mardi soir, quoique dans une forme remise au goût du jour. Enfin, les passages entre les palais illustreront, cette année aussi, les dernières tendances et en particulier, la manière dont les exposants les ont traduites en produits inspirants.

**Rendez-vous à Bruxelles !**

Cette fois encore, le Salon du Meuble propose une offre variée et équilibrée d'exposants et d’innovations. Ces dernières années, Bruxelles a mis l'accent sur sa fiabilité d'une part, et son efficacité pour les visiteurs et les exposants d'autre part. Un cap que nous continuons de suivre, en y ajoutant la dimension de l'expérience et des émotions inextricablement liées à la fabrication et la vente de meubles. Le Salon du Meuble de Bruxelles a pour objectif premier de soutenir le commerce et aspire ce faisant à se profiler comme le rendez-vous festif de l'année pour tous les acteurs de la branche.

**Glenn De Maeseneer**

**Salon du Meuble de Bruxelles — 5-8 novembre 2023, Brussels Expo**

**Téléchargement : www.salondumeuble.be/presse**