****

**SALON DU MEUBLE BRUXELLES 2023 – CONFERENCE DE PRESSE**

1. **Mot de bienvenue par Glenn De Maeseneer, directeur Salon du Meuble Bruxelles**
2. **Note de conjoncture 2023, présentation par Filip De Jaeger, COO Fedustria**

**L’industrie belge de l’ameublement en 2023 :**

**des conditions de marché difficiles**

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

**Chiffres clés (2022)**

* **722 entreprises**
* **9.763 travailleurs**
* **Chiffre d'affaires : 2,3 milliards d'euros**
* **Evolution de l'activité en volume : -14 %**
* **Part des exportations : 57 %**
* **Part dans le chiffre d'affaires total de l'industrie belge du bois et de l'ameublement : 33 %**

**Synthèse des évolutions au cours du premier semestre 2023**

* Chiffre d'affaires : 1.106 millions d'euros, -5,6 % comparativement au premier semestre 2022. Baisse réelle du volume de 11,8 % par suite de l'augmentation des prix à la production de 6,2 %
* Investissements : 48,2 millions d'euros (+30,6 %)
* Taux d'occupation de la capacité de production : 74,2 %
* Exportations : -12,2 % par rapport à la même période en 2022. La France, les Pays-Bas et l'Allemagne affichent un fort ralentissement mais demeurent les principaux débouchés
* Importations : -17,4 % par rapport à la même période en 2022

**Contexte général**

Depuis le deuxième semestre de 2022, l'industrie belge de l'ameublement est confrontée à une baisse de la demande, tant sur le marché intérieur que sur les marchés étrangers. La forte hausse de l'inflation, les coûts plus élevés de l'énergie et des matières premières, et un avenir incertain en raison des développements géopolitiques ont inquiété le consommateur et entraîné une baisse de la confiance des consommateurs. La « tempête parfaite » dont nous parlions l'année dernière s'est transformée en un véritable ouragan en 2023.

De plus, de nombreux consommateurs avaient choisi après la pandémie du coronavirus de consacrer (à nouveau) leur budget familial disponible aux loisirs (voyages, horeca) et non plus à l'aménagement de leur habitation, qui avait fait l'objet de toutes les attentions pendant la crise du coronavirus, ce qui avait alors grandement soutenu le secteur.

En dépit des mesures du gouvernement visant à soutenir le consommateur via la prime énergie, conjointement avec le principe courant en Belgique d'indexation automatique des salaires pour préserver le pouvoir d'achat, entraînant une augmentation salariale de 16 % en 2021/2022, la situation n'a connu aucun revirement, bien au contraire. La demande est restée basse, même dans la construction, avec une situation comparable dans les pays voisins ou dans les marchés d'exportation. Le secteur de l'ameublement connaît donc des turbulences et les premières conséquences négatives se sont déjà manifestées avec des faillites de producteurs et des fermetures de commerces. Tous les regards se tournent désormais vers 2024 qui, espérons-le, connaîtra une relance.

**Premier semestre 2023 : baisse du chiffre d'affaires, en valeur et en volume**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Evolution du chiffre d'affaires dans****l’industrie belge de l’ameublement** | **Prix à la production** | **Chiffre d'affaires en volume** |
| **En millions d'euros** | **2021** | **2022** | **'22/'21** | **6 m 2022**  | **6 m 2023\*** | **6 m '23/'22** | **6 m '23/'22** |  **6 m '/'22** |
| Chaises et sièges, meubles de salle à manger, salon, chambre à coucher, salle de bains, jardin et terrasse | 933,8 | 929,5 | -0,5 % | 489,3 | 466,1 | -4,7 % | +9,0 % | **-13,7 %** |
| Meubles de bureau et de magasin | 489,6 | 572,8 | 17,0 % | 287,6 | 275,9 | -4,1 % | +4,3 % | **-8,4 %** |
| Meubles de cuisine | 482,9 | 513,5 | 6,3 % | 262,8 | 262,2 | -0,2 % | +13,5 % | **-13,7 %** |
| Matelas et sommiers | 365,8 | 247,7 | -32,3 % | 131,7 | 101,8 | -22,7 % | +3,0 % | **-25,7 %** |
| Industrie de l’ameublement | 2.272,1 | 2.263,5 | **-0,4 %** | **1.171,4** | **1.106** | **-5,6 %** | +6,2 % | **-11,8 %** |

Source : SPF Economie, déclarations TVA

\* Données provisoires

Au premier semestre 2023, le chiffre d'affaires de l'industrie belge de l'ameublement s'élevait à 1.106 millions d'euros, soit une baisse de 5,6 % comparativement au premier semestre 2022. Pendant la même période, les prix à la production ont cependant augmenté de 6,2 % de sorte qu'en termes réels (volume), nous observons une baisse de facto du chiffre d'affaires de 11,8 %. En 2022, la baisse du chiffre d'affaires s'élevait à 0,4 % sur une base annuelle.

Ces augmentations de prix sont imputables en grande partie à l'augmentation des coûts des matières premières, des matériaux, de l'énergie et salariaux.

Après une augmentation marquante du chiffre d'affaires en 2022, les meubles de bureau et de magasin ont connu une baisse de 4,1 % au premier semestre de 2023. Le chiffre d'affaires du mobilier domestique a baissé de 4,7 %. Au premier semestre de 2022, on a encore observé une hausse modeste de 1,9 %. Les meubles de cuisine se sont stabilisés entre autres parce que de moins en moins de permis pour de nouvelles habitations ont été délivrés. La hausse des taux d'intérêt des prêts hypothécaires y est certainement liée. Le chiffre d'affaires chez les producteurs de matelas et de sommiers a fortement baissé. La faillite d'un producteur belge important cette année y aura certainement été pour quelque chose.

Source : SPF Economie, déclarations TVA

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

Au cours du premier semestre 2023, l'industrie belge de l'ameublement a investi 48,2 millions d'euros, à savoir une hausse de 30,6 % par rapport à la même période en 2022. En 2022, 86,1 millions d'euros ont été investis au total, une augmentation de 15,4 % par rapport à 2021. L'important volume d'investissement semble être le reflet de la confiance dans l'avenir retrouvée des entrepreneurs.

Les producteurs de meubles de bureau et de magasin ainsi que les fabricants de cuisines ont fortement investi durant les 6 premiers mois de 2023. Le groupe de produits mobilier d'habitation a également connu une hausse significative des investissements. Les investissements ont fortement chuté dans le groupe de produits matelas et sommiers.

|  |
| --- |
| **Evolution des investissements dans l’industrie de l’ameublement** |
| **En millions d'euros** | **2021** | **2022** | **22/21** | **6 m 22** | **6 m 23\*** | **6 m 23/22\*** |
| Chaises et sièges, meubles de salle à manger, de chambre à coucher, de jardin et terrasse | 40,0 | 43,9 | **+9,8 %** | 19,0 | 24,0 | **+26,3 %** |
| Meubles de bureau et de magasin | 10,2 | 12,0 | **+17,6 %** | 5,4 | 10,1 | **+87,0 %** |
| Meubles de cuisine | 17,5 | 23,3 | **+33,1 %** | 7,8 | 13,2 | **+69,2 %** |
| Matelas et sommiers | 6,8 | 6,9 | **+1,5 %** | 4,8 | 1,0 | **-79,2 %** |
| **Total pour l'industrie de l’ameublement**  | **74,6** | **86,1** | **+15,4** | **36,9** | **48,2** | **+30,6 %** |

Source : SPF Economie, déclarations TVA

\* Données provisoires

Le taux d'occupation de la capacité de production dans l'industrie belge de l'ameublement s'est maintenu au-dessus des 80 % les dernières années, mais connaît un recul depuis le troisième trimestre de 2022. Avec 72,5 % au deuxième trimestre de 2023, nous avons atteint le point le plus bas au cours des 10 dernières années.

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

 Source : Banque nationale de Belgique

**L'emploi reste à niveau dans le secteur belge de l'ameublement**

722 entreprises occupaient 9.763 collaborateurs en 2022, une baisse limitée de 61 unités en comparaison avec 2021. L'emploi s'est par conséquent assez bien maintenu.

En dépit du taux d'activité économique en baisse, les entreprises sont restées à la recherche de collaborateurs techniquement qualifiés afin de compenser le départ de travailleurs plus âgés. Fedustria réalise des actions pour inciter les jeunes à suivre une formation et à travailler dans le secteur de l'ameublement.

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

Après un creux historique à la mi-2022, la confiance des consommateurs belges et européens s'est rétablie légèrement avant de rechuter en été 2023.

Des facteurs importants avec un impact sur la confiance sont en grande partie demeurés inchangés. L'inflation est restée proportionnellement élevée, les prix n'ont baissé que partiellement et la guerre en Ukraine est dans l'impasse, sans perspective de solution. L'attaque récente du Hamas contre Israël et la réaction à celle-ci ont également des conséquences sur l'économie européenne et belge.

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

****

Source : Commission européenne

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

D’après l’enquête mensuelle de la Banque Nationale de Belgique, sur les 8 premiers mois de 2023 cumulés, les commandes reçues dans le commerce belge de l’ameublement ont augmenté de 11,3 %. Après une augmentation de 13,0 % au premier trimestre de 2023, l'augmentation des commandes au deuxième trimestre s'est limitée à 5,7 % pour s'accélérer à nouveau en juillet-août et atteindre 15,7 %.

Cela contraste quelque peu avec les signaux que nous percevons du marché et du commerce. Les hausses peuvent d'autre part aussi s'expliquer par le recul des ventes en 2022 et les prix plus élevés.

Source : Banque nationale de Belgique

**Commerce extérieur : l'importation et l'exportation de meubles diminuent**

Durant le premier semestre 2023, **les exportations des meubles belges** (transit compris) ont baissé de 12,2 % en valeur par rapport au premier semestre 2022. Tenant compte de l'augmentation du prix de revient y afférente, cela signifie pourtant bel et bien une baisse encore plus forte du volume. On a exporté pour un peu moins de 802 millions d’euros en meubles. La France reste certes le principal marché étranger, mais a enregistré une baisse de 23,5 %. Le pays représente maintenant un tiers des exportations de meubles. Les Pays-Bas (-7,8 %) et l'Allemagne (-9,3 %) ont également perdu une importance relative. Les exportations totales dans des pays au sein de l'UE ont baissé de 13,5 %. Une augmentation a été constatée dans certains pays ou régions, mais au final les chiffres d'affaires sont restés limités.

Les **importations de meubles** ont fortement diminué avec 17,4 %, ce qui est principalement dû à une baisse des importations en provenance d'Extrême-Orient, avec la Chine (-30,6 %), l'Indonésie (-49,8 %) et le Vietnam (-54,8 %) comme perdants les plus frappants. Avec une part de 24,8 %, la Chine reste néanmoins le plus important pays d'origine. Il y a aussi eu moins de meubles en provenance d'Europe de l'Est, principalement à cause d'un recul – prévu – de la Biélorussie (-76,1 %), bien que les meubles ne relèvent pas des sanctions promulguées par l'UE. On a importé 3,7 % de meubles en moins en provenance des autres pays de l'UE. Après la Chine, les Pays-Bas et l'Allemagne restent les principaux fournisseurs de meubles sur le marché belge.

|  |
| --- |
| **Commerce extérieur de l'industrie de l'ameublement (meubles en métal et matière synthétique inclus)** |
|   | **Importations belges** | **Exportations belges** | Pourcentage |
|   | Part |   |   |   | Part |   |   |   | de couverture |
|   | 6m2023 | 6m2022 | 6m2023 | 6m | 6m2023 | 6m2022 | 6m2023 | 6m | 6m2023 |
| **Pays** | en % | 1.000 EUR | 1.000 EUR | 22/21 | en % | 1.000 EUR | 1.000 EUR | 22/21 | (Exp/imp) |
| France | 6,1 | 82.346,5 | 74.058,1 | -10,1 | 34,3 | 359.564,3 | 274.911,1 | -23,5 | 371,2 |
| Pays-Bas | 16,5 | 201.719,8 | 200.668,2 | -0,5 | 24,9 | 216.704,5 | 199.773,2 | -7,8 | 99,6 |
| Allemagne | 13,5 | 169.514,6 | 164.180,7 | -3,1 | 16,1 | 142.238,2 | 129.016,2 | -9,3 | 78,6 |
| Espagne | 0,8 | 10.122,6 | 11.100,6 | 9,7 | 2,4 | 14.194,5 | 20.505,8 | 44,5 | 184,7 |
| Italie | 6,4 | 83.746,9 | 77.597,3 | -7,3 | 2,9 | 19.171,1 | 23.540,8 | 22,8 | 30,3 |
| Luxembourg | 0,1 | 1.132,5 | 830,1 | -26,7 | 1,6 | 14.759,9 | 12.941,7 | -12,3 | 1.559,0 |
| Pologne | 8,5 | 107.829,5 | 103.704,8 | -3,8 | 1,1 | 8.951,5 | 8.878,5 | -0,8 | 8,6 |
| Irlande | 0,1 | 490,5 | 1.534,6 | 212,8 | 1,3 | 8.515,9 | 10.103,9 | 18,6 | 658,4 |
| Autriche | 0,3 | 2.912,6 | 3.345,5 | 14,9 | 0,8 | 6.787,9 | 6.743,7 | -0,7 | 201,6 |
| Portugal | 0,4 | 4.303,5 | 4.485,9 | 4,2 | 0,7 | 4.795,7 | 5.509,0 | 14,9 | 122,8 |
| Suède | 1,3 | 17.250,6 | 15.431,4 | -10,5 | 0,5 | 4.622,3 | 3.843,9 | -16,8 | 24,9 |
| République tchèque | 0,7 | 11.791,5 | 8.023,5 | -32,0 | 0,8 | 4.497,1 | 6.506,1 | 44,7 | 81,1 |
| Danemark | 2,3 | 27.507,9 | 27.580,6 | 0,3 | 0,4 | 3.902,2 | 2.965,9 | -24,0 | 10,8 |
| Lituanie | 1,2 | 13.943,1 | 14.025,9 | 0,6 | 0,3 | 1.998,0 | 2.671,0 | 33,7 | 19,0 |
| Roumanie | 2,2 | 29.642,6 | 27.334,2 | -7,8 | 0,2 | 1.984,2 | 1.260,2 | -36,5 | 4,6 |
| Grèce | 0,0 | 150,4 | 123,5 | -17,9 | 0,3 | 2.078,7 | 2.185,9 | 5,2 | 1.770,6 |
| Hongrie | 0,7 | 9.348,0 | 8.687,0 | -7,1 | 0,1 | 1.910,1 | 726,0 | -62,0 | 8,4 |
| Estonie | 0,2 | 842,1 | 2.064,6 | 145,2 | 0,1 | 875,6 | 548,7 | -37,3 | 26,6 |
| Chypre | 0,0 | 3,6 | 0,1 | -98,4 | 0,3 | 876,7 | 2.193,5 | 150,2 | 3.916.912,5 |
| Slovaquie | 0,1 | 3.088,4 | 951,5 | -69,2 | 0,1 | 857,7 | 841,7 | -1,9 | 88,5 |
| Finlande | 0,4 | 5.002,2 | 5.076,2 | 1,5 | 0,1 | 853,3 | 773,8 | -9,3 | 15,2 |
| Malte | 0,0 | 5,5 | 2,1 | -62,0 | 0,0 | 566,5 | 361,5 | -36,2 | 17.363,1 |
| Slovénie | 0,1 | 498,3 | 640,8 | 28,6 | 0,0 | 502,3 | 351,8 | -30,0 | 54,9 |
| Croatie | 0,1 | 728,2 | 950,3 | 30,5 | 0,1 | 429,1 | 469,0 | 9,3 | 49,4 |
| Bulgarie | 0,2 | 2.493,4 | 2.981,2 | 19,6 | 0,3 | 399,2 | 2.054,6 | 414,7 | 68,9 |
| Lettonie | 0,0 | 189,2 | 387,6 | 104,9 | 0,0 | 205,1 | 136,3 | -33,5 | 35,2 |
| **Union européenne** | **62,2** | **787.912,2** | **758.470,3** | **-3,7** | **89,4** | **829.210,7** | **716.981,9** | **-13,5** | **94,5** |
| Royaume-Uni | 0,7 | 10.579,8 | 8.451,6 | -20,1 | 2,4 | 22.932,9 | 19.142,6 | -16,5 | 226,5 |
| Suisse | 0,1 | 1.299,5 | 1.062,9 | -18,2 | 1,4 | 10.497,5 | 11.084,4 | 5,6 | 1.042,8 |
| Norvège | 0,0 | 25,7 | 30,4 | 18,1 | 0,1 | 867,5 | 896,1 | 3,3 | 2.950,1 |
| Ukraine | 0,8 | 11.236,2 | 9.947,2 | -11,5 | 0,0 | 49,0 | 150,6 | 207,5 | 1,5 |
| Serbie | 0,7 | 8.173,5 | 8.768,2 | 7,3 | 0,0 | 102,2 | 152,1 | 48,8 | 1,7 |
| USA | 0,3 | 2.993,7 | 4.101,7 | 37,0 | 2,4 | 17.526,4 | 19.439,8 | 10,9 | 473,9 |
| Canada | 0,0 | 259,0 | 78,7 | -69,6 | 0,2 | 2.596,5 | 1.298,7 | -50,0 | 1.649,6 |
| Australie | 0,0 | 17,4 | 148,3 | 750,4 | 0,2 | 3.599,2 | 1.451,8 | -59,7 | 979,2 |
| Israël | 0,3 | 3.693,0 | 3.355,9 | -9,1 | 0,5 | 2.375,9 | 4.389,7 | 84,8 | 130,8 |
| Singapour | 0,0 | 0,8 | 87,6 | 10.934,0 | 0,1 | 2.002,4 | 471,2 | -76,5 | 537,9 |
| Chine | 24,8 | 435.104,5 | 302.056,0 | -30,6 | 0,2 | 1.646,3 | 1.736,7 | 5,5 | 0,6 |
| Hong Kong | 0,1 | 602,4 | 692,5 | 15,0 | 0,1 | 583,8 | 822,7 | 40,9 | 118,8 |
| Turquie | 3,8 | 53.455,8 | 46.790,9 | -12,5 | 0,0 | 256,7 | 230,1 | -10,4 | 0,5 |
| Indonésie | 2,7 | 64.636,0 | 32.436,7 | -49,8 | 0,0 | 291,8 | 237,5 | -18,6 | 0,7 |
| Thaïlande | 0,2 | 5.352,1 | 2.187,8 | -59,1 | 0,1 | 542,4 | 532,5 | -1,8 | 24,3 |
| Taïwan | 0,0 | 1.792,5 | 608,4 | -66,1 | 0,1 | 245,2 | 416,4 | 69,8 | 68,5 |
| Inde | 0,7 | 22.334,7 | 8.907,6 | -60,1 | 0,1 | 538,5 | 496,9 | -7,7 | 5,6 |
| Malaisie | 0,3 | 10.094,9 | 3.989,4 | -60,5 | 0,0 | 79,9 | 112,7 | 41,0 | 2,8 |
| Vietnam | 1,4 | 38.189,4 | 17.264,7 | -54,8 | 0,0 | 42,4 | 188,4 | 344,8 | 1,1 |
| Japon | 0,1 | 918,7 | 883,8 | -3,8 | 0,1 | 1.124,9 | 1.062,1 | -5,6 | 120,2 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Total autres pays | 0,6 | 17.795,58 | 11.315,82 | -36,4 | 0,1 | 23.062,53 | 17.751,53 | -23,0 % | 156,9 |
| **Total** | **100** | **1.475.159,18** | **1.218.932,42** | **-17,4** | **100** | **913.205,53** | **801.878,33** | **-12,2** | **65,8** |
| Source : ICN |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**La lumière au bout du tunnel, ce n'est pas encore pour maintenant**

A la suite de la crise énergétique et de l'inflation élevée, les banques centrales ont relevé leurs principaux taux d'intérêt après une longue période de taux nuls ou négatifs, dans le but de modérer l'envolée de l'inflation. Cela n'a fonctionné qu'en partie et a entraîné des taux d'intérêt plus élevés pour les entreprises et les consommateurs. Ainsi, il est beaucoup plus cher de construire, ce qui a une incidence sur le secteur de l'ameublement. Moins de bâtiments neufs signifie moins d'aménagements et d'intérieurs/extérieurs neufs, qui n'interviennent en outre qu'à la fin du processus de construction.

La flambée récente de la violence au Moyen-Orient provoque de nouvelles tensions sur les marchés de l'énergie et ne fait qu'accroître l'incertitude dans le chef des consommateurs comme des producteurs. Ces derniers ne prévoient pas directement une reprise de la conjoncture dans l'ameublement et se tournent désormais vers 2024 et 2025.

Ils ne baissent pas les bras pour autant et travaillent d'arrache-pied à leur propre avenir en mettant l'accent sur le développement de produits, le design et l'innovation, sans esquiver les défis posés par le Pacte vert pour l'Europe axé sur la circularité et la durabilité.

Fedustria accompagne ses entreprises membres dans ce processus et a en outre lancé cette année un projet visant à inciter les jeunes à opter pour une formation et un emploi dans les secteurs du bois et de l'ameublement.

## Par ailleurs, la fédération assiste ses membres dans leurs activités de promotion et d'exportation en organisant des stands collectifs et des voyages de prospection à l'étranger. Ce souvent en collaboration avec FIT, Flanders Investment & Trade, une organisation avec laquelle la fédération a un partenariat stratégique, et avec AWEX, l’Agence Wallonne à l’Exportation et aux Investissements étrangers.

Source : Fedustria



*Fedustria est la fédération belge de l’industrie du textile, du bois et de l’ameublement, et du commerce d’importation de bois. Nous représentons en Belgique près de 1.660 entreprises (dont plus de 90 % sont des PME), qui créent ensemble 36.200 emplois directs et réalisent un chiffre d'affaires de 12 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 9.800 personnes.*

Pour plus d'informations :

Filip De Jaeger, COO, +32 486 898184, filip.de.jaeger@fedustria.be

Katja De Vos, Responsable de la communication, +32 476 316467, katja.devos@fedustria.be

1. **SALON DU MEUBLE BRUXELLES**

**CAMPAGNE 2023 - The Future is Furnature**

Depuis plus de vingt ans, le Salon du Meuble présente chaque année une nouvelle campagne. Celle-ci intègre traditionnellement plusieurs éléments récurrents : des meubles, une esthétique soignée, une atmosphère conviviale et chaleureuse et un caractère professionnel. Autant d’aspects qu’on retrouve également dans la campagne de cette année, quoiqu’avec un accent sur la nature. Mais on y trouve aussi un autre élément essentiel, qui ne figurait pas dans les campagnes précédentes et qui fait pourtant partie du cœur de nos activités : l’avenir ! L’adoption d’un mode de pensée et d’une stratégie commerciale tournés vers l’avenir est au centre de la formule qui fait le succès du Salon du Meuble. Car c’est finalement là l’essentiel de notre métier et de notre salon : offrir à nos visiteurs et exposants un outil qui leur permette d’assurer un avenir florissant à leur commerce.

**Des initiatives écologiques**

Quiconque s’intéresse à l’avenir ne peut ignorer l’importance croissante accordée au développement d’un mode plus écologique de faire des affaires. Mais qu’est-ce que cela implique concrètement ? Nous constatons que de nombreuses initiatives sont prises, mais qu’il n’existe actuellement aucune ligne claire dont les fabricants et revendeurs de meubles peuvent s’inspirer pour construire leur stratégie d’avenir. En tant que plateforme du secteur du meuble, le Salon s’est donc fixé l’objectif de diffuser ces informations. Pour ce faire, nous avons créé le concept d’« ECO-Stories », dont vous retrouverez le sigle sur le plan des palais. Le nom parle de lui-même : les ECO-Stories ne sont pas un label de qualité officiel, mais un outil de partage d’informations et d’expériences. Dans le cadre de ce concept, nous faisons une distinction entre les histoires des fabricants de meubles — nos exposants — et celles des non-fabricants.

Plusieurs ECO-Stories de nos exposants ont déjà été publiées par le biais de notre newsletter et de notre blog Furniture AFfairs. Nous énumérons ci-dessous tous les exposants affichant le marquage ECO-Stories, avec ensuite une sélection des histoires les plus marquantes.

Exposants avec ECO-Stories : Arbres de Vie, Arctic Living, Aya of Sweden, Benoa, De Eekhoorn, Ecolife Beds, Fantasia, Forte, Glam-more, Herleven, Het Anker, Isbir Bedding, Nicoletti Home, Perfecta, Rauch, Revor, Saunaco, Staud, Theuns, Toon de Somer, Wima, Wimex, Wöstmann.

* Herleven : des meubles de haute qualité fabriqués à partir de déchets recyclés, avec comme souci premier la durabilité.
* Ecolife Beds : un fabricant de lits végan, qui n’emploie non plus aucun produit plastique, chimique ou synthétique.
* Arctic Living : ici, la réduction drastique des émissions de CO2 et l’utilisation d’énergie durable sont au centre du processus de production.
* Revor : la marque lance un matelas entièrement circulaire. Autrement dit, tous les matériaux qui le composent peuvent être indéfiniment réutilisés, sans perte de qualité.

Bien que le fait de se préoccuper de l’environnement et de communiquer à ce propos ne soit pas neuf dans le monde des entreprises, nous notons en revanche une évolution au niveau du contenu du message, davantage axé sur le poids et l’impact des actions entreprises. Si nous cherchons à dégager des tendances à partir de notre propre appellation ECO-Stories, nous constatons, certes sans aucun fondement scientifique, que ce sont les fabricants allemands et ceux du secteur de la literie qui sont les plus disposés à partager leurs expériences. L’Allemagne se distingue aussi par l’utilisation de plusieurs labels écologiques considérés comme des garanties objectives et respectables, qui placent clairement l’industrie du meuble allemande à l’avant-garde du mouvement. Nous remarquons enfin, via les canaux de communication des exposants, que bon nombre d’entre eux accordent de l’attention à la question de l’écologie, mais jugent leurs initiatives insuffisantes pour en faire un sujet à raconter et partager.

Dans le palais 3 (Square), nous avons également voulu mettre en lumière, par le biais de posters, les démarches de durabilité d’autres acteurs de la branche. Ces histoires visent d’une part à inspirer les visiteurs et les exposants et les encourager à entreprendre leurs propres actions, et d’autre part à leur fournir des informations concrètes leur permettant de directement se mettre au travail.

Voici un aperçu des histoires et acteurs affichés sur ces panneaux :

* Circular Business Awards : avec les Circular Business Awards, la FEB veut récompenser les entreprises qui ont adopté avec succès un modèle d’entreprise circulaire.
* Circular Hotel Interior : cette certification vise à aider les acheteurs à y voir plus clair dans l’offre de solutions d’intérieur circulaires dans le domaine de l’hôtellerie, au moyen d’une certification impartiale pour les produits d’aménagement, les meubles et les textiles destinés au secteur de l’hôtellerie.
* Valumat : propose entre autres des lignes directrices pour la fabrication de matelas circulaires.
* PEFC : ce programme a mis au point un calculateur en ligne de la quantité de carbone stocké dans les meubles en bois.
* Wood.be : soutient les entreprises dans leur transition vers un mode d’activité circulaire.
* WATF : présentation Trendwolves.

En parallèle, le Salon du Meuble s’efforce d’apporter sa propre contribution à un avenir plus durable, en réutilisant par exemple des éléments de stand et du matériel de signalisation, en réduisant et en optimisant les envois papier, en limitant le nombre d’imprimés au salon et, bien sûr, en offrant une tribune aux acteurs précités de la branche du meuble.

**L’avenir des salons**

Au-delà de l’identification des tendances et des évolutions au sein du monde de meuble et de l’aménagement d’intérieur, le Salon du Meuble doit aussi, en tant qu’organisateur d’évènement, garder un œil sur l’évolution du secteur de l’évènementiel. Comment se profile l’avenir de la branche ? Ces dernières années, il est apparu clair que l’atmosphère et l’expérience vécue sur place jouent un rôle toujours plus central lors d’évènements, qu’ils soient B2C ou B2B.

C’est pourquoi le Salon du Meuble a plus que jamais investi dans l’aménagement soigné des palais et dans l’offre de découvertes, sans toutefois porter préjudice à l’essentiel, à savoir la conclusion de bonnes affaires. Afin de garantir cet équilibre, nous avons cherché de nouvelles ressources, au moyen par exemple de collaborations avec des exposants du magasin de demain, ou en créant de nouvelles opportunités publicitaires. Dans la même veine, le coin « press reading corner » a été aménagé en collaboration avec l’exposant Rom et le bar à champagne a été mis en place avec la collaboration de Drappier.

Lorsque nous nous penchons sur l’avenir du Salon du Meuble en tant qu’évènement, nous devons aussi nous intéresser à la manière dont l’information est partagée sur place, en veillant à trouver le juste milieu entre communication physique et numérique. Autrement dit, trouver le bon média pour le bon contenu, en fonction du moment de la diffusion. Le fait, par exemple, que le BE-magazine ait été remplacé par un blog avec newsletter tout en maintenant la distribution d’une gazette papier au salon n’est pas le fruit du hasard, mais bien d’une mûre réflexion.

**Le Salon du Meuble de Bruxelles 2023 en chiffres**

Cette édition 2023 se caractérise notamment par le changement d’emplacement de plusieurs fidèles exposants. Calia Italia occupe ainsi un nouveau stand au palais 4, tout comme Passe Partout et Recor Group. Ces départs ont libéré de grands espaces aux palais 5 et 3, qui ont été remplis par de nouveaux noms. Avec l’entrée de Yac, Saunaco, WR Inspired, Poleposition, Aquinos, Beka et Girardeau, le palais 5 connait ainsi son plus grand roulement en plus de 20 ans. Nous espérons que ces changements feront naitre une nouvelle dynamique auprès des visiteurs. Le palais 3 a également connu beaucoup de mouvements, avec aussi l’arrivée de nouveaux venus.

|  |
| --- |
| Exposants 2023 - Nationalités |
|  |
| **Pays d’origine** | **Quantité** |  |  | **Pays d’origine** | **Quantité** |  |
| Allemagne | 17 |  |  | Belgique | 79 |  |
| Belgique | 79 |  |  | Pays-Bas | 75 |  |
| Chine | 2 |  |  | Allemagne | 17 |  |
| Croatie | 1 |  |  | Italie | 12 |  |
| Danemark | 5 |  |  | Pologne | 8 |  |
| Espagne | 1 |  |  | France | 6 |  |
| France | 6 |  |  | Lituanie | 6 |  |
| Italie | 12 |  |  | Danemark | 5 |  |
| L’île Maurice | 1 |  |  | Turquie | 5 |  |
| Lettonie | 1 |  |  | Suède | 4 |  |
| Lituanie | 6 |  |  | Chine | 2 |  |
| Norvège | 1 |  |  | Singapour | 2 |  |
| Pays-Bas | 75 |  |  | Croatie | 1 |  |
| Pologne | 8 |  |  | Lettonie | 1 |  |
| Portugal | 1 |  |  | L’île Maurice | 1 |  |
| Royaume-Uni | 1 |  |  | Norvège | 1 |  |
| Singapour | 2 |  |  | Portugal | 1 |  |
| Suède | 4 |  |  | Espagne | 1 |  |
| Suisse | 1 |  |  | Suisse | 1 |  |
| Turquie | 5 |  |  | Royaume-Uni | 1 |  |
|  | 229 |  |  |  | 229 |  |

Le Salon du Meuble 2023 compte 229 exposants, soit 14 de plus qu’en 2022. Nous notons surtout une forte hausse du nombre d’exposants belges (+ 10) et néerlandais (+ 7). Concernant la surface totale occupée du salon, celle-ci affiche une augmentation de près de 5 000 m².

Les éléments les plus marquants sont l’occupation complète du palais 4, une extension des stands « traditionnels » du palais 3 et une nette croissance au palais 6. Nous pouvons ainsi annoncer qu’à l’exception de Brussels by Night, les palais sont pour la première fois depuis longtemps complètement remplis.

Avec le déménagement de nos fidèles exposants Passe Partout et Recor Group du palais 5 vers le palais 4 dans le but de disposer d’un plus grand stand, le top 3 des plus grandes superficies de stand revêt un nouveau visage.

|  |
| --- |
| **TOP 3 surfaces de stand 2023** |
| MECAM | 1523 m² |
| RECOR | 1328 m² |
| PASSE PARTOUT | 1040 m² |

**Brussels by Night**

Le palais du sommeil Brussels by Night reste un segment au potentiel important. Et cette année encore, le Salon du Meuble enregistre une belle progression, puisque le segment affiche la plus forte croissance du Salon, avec 350 m² de plus que l’année dernière. Ici aussi, nous pensons à l’avenir : nous sommes en effet convaincus que Bruxelles constitue la plateforme adéquate pour accueillir une sorte de « salon du sommeil ». Par ailleurs, une part considérable de nos visiteurs indiquent, lors de leur inscription, travailler dans un magasin de literie ou être intéressés par des produits du segment du sommeil (plus de 20 %). Le succès commercial rencontré par les exposants en 2022 a aussi servi de signal pour nous encourager à continuer d’investir dans l’avenir de Brussels by Night. Pour cette édition 2023, le plus important à nos yeux était d’élargir la surface d’exposition tout en maintenant un même niveau de qualité. Avec la présence de fabricants tels que Hilding Anders, Nill Spring, Haarhuis & Jansen, Hukla, Aya of Sweden, Dauny, Elsach et Arctic Living — qui exposent pour la première fois à Bruxelles ou sont de retour après quelque temps —, nous pouvons même parler d’un boost qualitatif.

Il reste bien sûr des points à travailler. Nous regrettons ainsi l’absence d’exposants français à Brussels by Night, pourtant un pays au grand potentiel dans le domaine du confort du sommeil.

|  |
| --- |
| 2023 - Brussels By Night |
|  |
| **Pays d’origine** | **Quantité** |  |  | **Pays d’origine** | **Quantité** |  |
| Allemagne | 2 |  |  | Pays-Bas | 16 |  |
| Belgique | 10 |  |  | Belgique | 10 |  |
| Lithuanie | 2 |  |  | Allemagne | 2 |  |
| Pays-Bas | 16 |  |  | Lithuanie | 2 |  |
| Pologne | 1 |  |  | Suède | 2 |  |
| Espagne | 1 |  |  | Pologne | 1 |  |
| Suède | 2 |  |  | Espagne | 1 |  |
|  | 34 |  |  |  | 34 |  |

Il va par ailleurs de soi qu’à travers le reste du Salon, d’autres exposants sont également actifs dans la branche du sommeil. Le stand « The Woods », au palais 6, offre un avant-goût de leurs produits, chaque fois accompagnés de la référence de stand du fabricant.

**Contract**

Une autre évolution importante et entre-temps bien connue du secteur du meuble est celle de l’intérêt croissant des fabricants pour le marché des projets. Cette tendance s’observe aussi au Salon, avec toujours plus d’exposants s’adressant aux spécialistes des projets et désireux, donc, de voir leur stand marqué du « C » de Contract sur le plan. Cette année, ils sont au nombre de 65, soit une hausse de 30 % par rapport à 2022. Une tendance similaire peut être observée au niveau du profil des visiteurs. Le Salon du Meuble accueille ainsi chaque année un nombre croissant d’architectes d’intérieur, bien que leur affluence ne soit actuellement pas encore proportionnelle à l’essor des exposants Contract. Ce constat est à nouveau un signal pour nous, en tant qu’organisateurs, de poursuivre les efforts dans ce domaine !

**Vision pour l’avenir**

Nous conclurons en nous tournant à nouveau vers l’avenir et en abordant ce que vous pouvez attendre du Salon du Meuble 2024.

La prochaine édition se tiendra du 3 au 6 novembre 2024. La base reste inchangée : le Salon du Meuble continue de se positionner comme un évènement synonyme de fiabilité, d’efficacité et d’affaires fructueuses, le tout dans un cadre soigné et convivial. Par ailleurs, nous voulons continuer à tirer profit des opportunités citées ci-avant. L’objectif à cet égard n’est pas de croître à tout prix, mais surtout d’être un évènement pour tous les acteurs de notre branche, de sorte que le Salon du Meuble soit unanimement vécu comme la grande fête des professionnels du meuble.

Merci !