A person standing in front of a sign

Description automatically generated

**SALON DU MEUBLE BRUXELLES – CONFÉRENCE DE PRESSE 2024**

1. Mot de bienvenue par Thomas Hibert, Salon du Meuble de Bruxelles
2. Note de conjoncture 2024, présentée par Filip De Jaeger, COO de Fedustria
3. Salon du Meuble de Bruxelles, présenté par Glenn De Maeseneer

**Salon du meuble Bruxelles 2024**

**Conjoncture dans l’industrie belge de l’ameublement en 2023**

**et au 1er semestre 2024**

**BAISSE DES VENTES SUITE À UNE DÉGRADATION DE LA COMPÉTITIVITÉ ET UNE FAIBLE DEMANDE**

L’industrie belge de l’ameublement

Chiffres clés (2023)

* 702 entreprises
* 9 559 employés
* Chiffre d’affaires : 2,1 milliards d’euros
* Évolution de l’activité en valeur : -7 %
* Part des exportations : 57 %
* Part dans le chiffre d’affaires total de l’industrie belge du bois et de l’ameublement : 35 %

Résumé des développements de la première moitié de 2024

* Chiffre d’affaires : 1 023,1 millions d’euros, -7,8 % par rapport au premier semestre 2023. Baisse réelle du volume de 7,1 %
* Investissements : -15,8 % au premier semestre 2024 ; 41,6 millions d’euros
* Taux d’utilisation des capacités de production : 70,6 %
* Exportations : +0,4 % par rapport à la même période en 2023. L’Allemagne supplante les Pays-Bas à la deuxième place des marchés, avec une forte hausse de 46,4 %. La France reste le plus grand marché
* Importations : +1,1 % par rapport à la même période en 2023

Dans l’industrie du meuble, après une stabilisation en 2022 (-0,4 %), le chiffre d’affaires a baissé en 2023 de 7 % en valeur, atteignant 2,1 milliards d’euros. Le volume de production a diminué de 10,9 %, tandis que les prix à la production ont augmenté de 3,9 %. L’augmentation des prix de vente, en 2023, découle de la répercussion partielle de coûts plus élevés des matières premières, des matériaux, de l’énergie et de la main-d’œuvre.

Les meubles de cuisine sont le seul groupe de produits qui a pu maintenir son chiffre d’affaires en 2023 (+0,8 % en valeur) ; ce, par une hausse de 8,6 % des prix de vente. Le volume de production a diminué de 7,8 %. Tous les autres groupes de produits de l’industrie du meuble ont connu une baisse de chiffre d’affaires, en valeur comme en volume. Pour le mobilier d’intérieur, cette baisse a atteint 5,5 % en valeur et 11,0 % en volume. Les meubles de bureau et de magasin (-14,6 % en valeur et -15,8 % en volume) et les matelas et sommiers (-11,7 % en valeur et -13,8 % en volume) ont vu leurs chiffres d’affaires fortement chuter, tant en valeur qu’en volume.

Du fait notamment de la faible activité dans le secteur de la construction, la demande reste basse, avec une situation comparable sur le marché de l’exportation.

Durant le premier semestre 2024, le chiffre d’affaires a poursuivi sa diminution, reculant de 7,8 % en valeur et de 7,1 % en volume. Concernant l’ensemble des groupes de produits, les chiffres d’affaires ont baissé aussi bien en valeur qu’en volume.

**ÉVOLUTION DU CHIFFRE D’AFFAIRES PAR GROUPE DE PRODUITS**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **En million d’euros** | **Évolution en valeur** | **Évolution en volume** | **En million d’euros** | **Évolution en valeur** | **Évolution en volume** |
| **2023** | **‘23/’22** | **‘23/’22** | **1er sem. 2024\*** | **1ers sem. ‘24/’23\*** | **1ers sem. ‘24/’23\*** |
| Chaises et sièges, meubles de salle à manger, de séjour, de chambre à coucher, de jardin et de terrasse | 878,4 | -5,5 % | -11,0 % | 440,0 | -4,5 % | -6,9 % |
| Meubles de bureau et de magasin | 489,4 | -14,6 % | -15,8 % | 230,4 | -11,1 % | -2,7 % |
| Meubles de cuisine | 517,5 | +0,8 % | -7,8 % | 252,8 | -8,1 % | -10,3 % |
| Matelas et sommiers | 218,7 | -11,7 % | -13,8 % | 99,9 | -13,0 % | -12,5 % |
| **Industrie de l’ameublement\*\*** | **2 104,0** | **-7,0 %** | **-10,9 %** | **1 023,1** | **-7,8 %** | **-7,1 %** |

*\* Données provisoires Source : SPF Economie , déclarations TVA.*

*\*\*Industrie de l’ameublement NACE 31*

**BAISSE DES EXPORTATIONS ET IMPORTATIONS DE MEUBLES EN 2023 – STABILISATION DES EXPORTATIONS AU PREMIER SEMESTRE 2024**

Les exportations de meubles belges (transit inclus) ont diminué en 2023 de 10,8 %. 88,9 % des exportations de meubles ont lieu vers le marché de l’UE, où les livraisons ont reculé de 11,6 %. Les ventes vers la France – qui, avec une part de 32,4 %, représente le principal marché d’exportation – et celles vers les Pays-Bas – avec 24,4 %, le deuxième marché le plus important – ont chuté respectivement de 23,7 % et de 11,1 %. Néanmoins, sur le marché allemand – avec 19 % le troisième client principal –, les livraisons ont augmenté de 14,9 %.

Le Royaume-Uni a perdu sa place de premier marché d’exportation hors UE (part de 2,5 %), au profit des États-Unis (part de 2,9 %), conséquence de la hausse de 13 % des exportations vers le marché américain ; ce, alors que dans le même temps, les exportations vers le Royaume-Uni ont diminué de 10,6 %.

Durant le premier semestre 2024, les exportations de meubles sont restées stables (+0,4 %). Les livraisons sur le marché européen ont cependant baissé de 1,9 % : -13,0 % pour la France, -11,5 % pour les Pays-Bas. Étant donné que les exportations vers l’Allemagne ont augmenté de 46,4 %, ce pays est devenu le deuxième débouché principal pour les meubles belges.

En 2023, les importations de meubles ont diminué de 12,7 %. La baisse des importations depuis la Chine s’est poursuivie (-8,1 % en 2022 et -14,9 % en 2023). Mais la Chine reste, avec une part de 26,4 %, le principal et très dominant fournisseur de meubles sur notre marché. Les parts néerlandaise (15,9 %) et allemande (12,7 %) dans les importations de meubles ont diminué, respectivement, de 4,1 % et de 10,2 %. Avec une part de 9,2 %, la Pologne est le quatrième plus grand fournisseur, et elle a maintenu son niveau (-0,7 %).

Au cours du premier semestre 2024, les importations de meubles ont connu une hausse de 1,1 %. La baisse des importations chinoises a pris fin. Lors du premier semestre 2024, les importations de meubles depuis la Chine ont augmenté de 16,2 %, par rapport à la même période en 2023.

**INVESTISSEMENTS À LA BAISSE ET TAUX D’UTILISATION EXTRÊMEMENT BAS**

Le taux d’occupation de la capacité de production a diminué en moyenne de 73,5 %, en 2023, ce qui représente le niveau le plus bas en 10 ans (82,3 % en 2022). Durant le premier semestre 2024, le taux d’occupation a été de 70,6 %, pour 74,2 % lors du premier semestre 2023. En 2023, les investissements ont à nouveau augmenté de 8 %, par rapport à 2022, et cela pour la troisième année consécutive. Lors du premier semestre 2024, les investissements ont pourtant diminué de 15,8 %, comparativement à la même période en 2023.

**BAISSE DE L’EMPLOI**

En 2023, 9 559 employés étaient actifs dans l’industrie de l’ameublement. Par rapport à 2022, cela correspond à une diminution de 204 employés – soit de 2,1 % –, suite à des faillites. Durant le premier trimestre 2024, l’emploi a continué à baisser, le nombre d’employés descendant à 8 933 ; ce qui signifie -8,9 %, vis-à-vis de la même période en 2023.

**ÉVOLUTIONS DANS LE MARCHÉ DE L’AMEUBLEMENT**

Source : Banque Nationale de Belgique.

Le niveau des commandes dans le négoce de meubles reste faible en 2024. Au cours des quatre premiers mois surtout, ce niveau demeure clairement en dessous de celui de 2023. Cette diminution des commandes s’est observée en juillet-août également. L’ensemble des commandes des 8 premiers mois sont de 2,8 % inférieures, par rapport à 2023.

**PERSPECTIVES 2e SEMESTRE 2024 : TOUT AU PLUS, STABILISATION À UN NIVEAU BAS**

Après une dépression historique milieu 2022, en conséquence de la crise énergétique, la confiance des consommateurs belges comme européens s’est rétablie en 2023. Pendant les 9 premiers mois de 2024, la confiance des consommateurs de Belgique et d’Europe a été généralement plus haute qu’en 2023.

Afbeelding met tekst, schermopname, Perceel

Automatisch gegenereerde beschrijving

La courbe conjoncturelle de l’industrie du meuble, qui reflète la confiance évoquée et qui précède, de 3 mois environ, l’activité économique réelle, reste début 2024 à un niveau extrêmement bas. En août-septembre, la confiance des consommateurs s’est nettement améliorée.

**Courbe conjoncturelle synthétique de l’industrie de l’ameublement**Afbeelding met lijn, Perceel, diagram, nummer

Automatisch gegenereerde beschrijving

**Source : NBB**

Les taux hypothécaires élevés et les prix accrus ont rendu la construction considérablement plus chère. Selon les prévisions, l’activité du secteur immobilier ne se rétablira pas encore et continuera légèrement à baisser, en 2024 ; avec le contrecoup que cela implique pour l’industrie de l’ameublement.

Le rétablissement européen attendu et la stimulation consécutive espérée, au cours de la seconde moitié de cette année, pourraient avoir un impact positif sur les exportations de meubles. L’affaiblissement de la compétitivité rend toutefois nos entreprises moins concurrentielles, sur le marché des exportations.

**CHIFFRES IMPORTS-EXPORTS 1er SEMESTRE 2024**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Importations belges** | | | | **Exportations belges** | | | | **Couverture** |
|  | Part |  |  |  | Part |  |  |  | pourcentage |
|  | 1er sem. 2024 | 1er sem. 2023 | 1er sem. 2024 | 1er sem. | 1er sem. 2024 | 1er sem. 2023 | 1er sem. 2024 | 1er sem. | 1er sem. 2024 |
|  | en % | 1000 euros | 1000 euros | 24/23 | en % | 1000 euros | 1000 euros | 24/23 | (Exp./imp.) |
| **Union européenne** | **58,2** | **759 175,6** | **718 148,7** | **-5,4** | **87,4** | **719 148,7** | **705 648,8** | **-1,9** | **98,3** |
| France | 5,6 | 74 355,3 | 68 951,3 | -7,3 | 29,7 | 275 969,1 | 240 053,1 | -13,0 | 348,1 |
| Pays-Bas | 14,3 | 200 470,1 | 176 868,3 | -11,8 | 21,8 | 198 995,8 | 176 192,1 | -11,5 | 99,6 |
| Allemagne | 11,4 | 164 005,3 | 140 668,3 | -14,2 | 23,6 | 130 249,2 | 190 701,3 | 46,4 | 135,6 |
| Italie | 5,9 | 77 703,0 | 72 650,6 | -6,5 | 2,0 | 23 902,3 | 16 516,9 | -30,9 | 22,7 |
| Irlande | 0,1 | 1 532,3 | 689,8 | -55,0 | 1,4 | 10 100,2 | 11 573,5 | 14,6 | 1 677,8 |
| Danemark | 3,9 | 27 535,9 | 47 968,8 | 74,2 | 0,3 | 3 010,4 | 2 203,0 | -26,8 | 4,6 |
| Grèce | 0,0 | 123,3 | 33,6 | -72,7 | 0,2 | 2 234,6 | 1 982,0 | -11,3 | 5 892,7 |
| Portugal | 0,4 | 4 628,5 | 4 914,5 | 6,2 | 0,5 | 5 510,0 | 4 237,8 | -23,1 | 86,2 |
| Espagne | 0,9 | 13 786,6 | 10 613,0 | -23,0 | 2,0 | 17 879,4 | 16 279,3 | -8,9 | 153,4 |
| Luxembourg | 0,0 | 831,1 | 278,2 | -66,5 | 1,4 | 12 923,9 | 11 507,0 | -11,0 | 4 136,5 |
| Ceuta | 0,0 | 0,0 | 0,0 | – | 0,0 | 16,2 | 18,6 | 15,3 | – |
| Suède | 0,9 | 15 395,9 | 11 179,7 | -27,4 | 0,4 | 3 852,5 | 3 197,0 | -17,0 | 28,6 |
| Finlande | 0,4 | 5 072,1 | 4 890,0 | -3,6 | 0,1 | 768,1 | 582,5 | -24,2 | 11,9 |
| Autriche | 0,3 | 3 339,5 | 3 147,2 | -5,8 | 0,8 | 6 822,0 | 6 311,9 | -7,5 | 200,6 |
| Malte | 0,0 | 2,1 | 83,6 | 3 913,9 | 0,1 | 361,7 | 496,8 | 37,4 | 594,4 |
| Estonie | 0,1 | 2 060,5 | 1 127,4 | -45,3 | 0,1 | 544,9 | 409,3 | -24,9 | 36,3 |
| Lettonie | 0,0 | 387,1 | 252,9 | -34,6 | 0,0 | 134,3 | 190,8 | 42,0 | 75,4 |
| Lituanie | 1,6 | 14 016,1 | 20 168,7 | 43,9 | 0,6 | 2 640,8 | 5 117,6 | 93,8 | 25,4 |
| Pologne | 8,5 | 104 329,9 | 105 321,2 | 1,0 | 1,0 | 8 843,2 | 7 776,4 | -12,1 | 7,4 |
| Tchéquie | 0,7 | 8 008,7 | 8 200,6 | 2,4 | 0,7 | 6 428,1 | 5 714,3 | -11,1 | 69,7 |
| Slovaquie | 0,2 | 950,5 | 2 139,3 | 125,1 | 0,1 | 836,8 | 764,5 | -8,6 | 35,7 |
| Hongrie | 0,7 | 8 702,5 | 8 342,5 | -4,1 | 0,1 | 720,2 | 860,9 | 19,5 | 10,3 |
| Roumanie | 2,1 | 27 371,5 | 25 487,1 | -6,9 | 0,2 | 1 253,6 | 1 316,3 | 5,0 | 5,2 |
| Bulgarie | 0,2 | 2 978,0 | 2 947,9 | -1,0 | 0,0 | 2 066,1 | 319,9 | -84,5 | 10,9 |
| Slovénie | 0,0 | 640,8 | 309,3 | -51,7 | 0,0 | 361,8 | 391,9 | 8,3 | 126,7 |
| Croatie | 0,1 | 949,1 | 906,6 | -4,5 | 0,1 | 477,5 | 520,2 | 8,9 | 57,4 |
| Chypre | 0,0 | 0,1 | 8,1 | 14 432,1 | 0,1 | 2 246,0 | 414,0 | -81,6 | 5 087,0 |
| **Royaume-Uni** | **0,7** | **8 461,6** | **8 634,0** | **2,0** | **2,9** | **19 146,2** | **23 764,1** | **24,1** | **275,2** |
| Norvège | 0,0 | 30,4 | 38,5 | 26,8 | 0,1 | 896,1 | 976,1 | 8,9 | 2 534,4 |
| Suisse | 0,1 | 1 062,9 | 639,3 | -39,9 | 1,4 | 11 084,4 | 10 930,3 | -1,4 | 1 709,7 |
| Turquie | 3,8 | 46 790,9 | 46 729,1 | -0,1 | 0,1 | 230,1 | 466,4 | 102,7 | 1,0 |
| Bosnie-Herzégovine | 0,2 | 2 060,8 | 2 108,0 | 2,3 | 0,0 | 13,0 | 27,0 | 107,3 | 1,3 |
| Kosovo | 0,1 | 763,2 | 825,3 | 8,1 | 0,0 | 53,7 | 49,9 | -7,0 | 6,0 |
| Macédoine | 0,0 | 727,3 | 437,8 | -39,8 | 0,0 | 58,6 | 54,5 | -7,0 | 12,4 |
| Serbie | 0,7 | 8 768,2 | 8 230,2 | -6,1 | 0,0 | 152,1 | 213,5 | 40,4 | 2,6 |
| Albanie | 0,0 | 885,4 | 336,9 | -62,0 | 0,0 | 7,4 | 8,6 | 16,6 | 2,6 |
| Ukraine | 0,9 | 9 947,2 | 10 996,4 | 10,5 | 0,0 | 150,6 | 85,1 | -43,5 | 0,8 |
| Biélorussie | 0,1 | 1 006,3 | 1 071,0 | 6,4 | 0,0 | 0,4 | 0,7 | 51,7 | 0,1 |
| **Reste de l’Europe** | **5,8** | **72 233,1** | **71 465,3** | **-1,1** | **1,7** | **13 914,1** | **14 100,8** | **+1,3** | **19,7** |
| **Amérique du Nord** | **0,3** | **4 180,4** | **3 522,3** | **-15,7** | **3,6** | **20 759,4** | **28 815,7** | **38,8** | **818,1** |
| **Amérique latine** | **0,1** | **1 079,0** | **1 351,6** | **25,3** | **0,3** | **2 400,7** | **2 019,0** | **-15,9** | **149,4** |
| **Afrique** | **0,1** | **784,4** | **656,8** | **-16,3** | **1,5** | **11 642,4** | **12 247,4** | **5,2** | **1 864,8** |
| **Moyen-Orient** | **0,4** | **3 946,8** | **5 487,1** | **39,0** | **1,2** | **7 533,9** | **9 431,5** | **25,2** | **171,9** |
| **Extrême-Orient** | **34,3** | **369 580,4** | **423 448,2** | **14,6** | **1,1** | **7 528,1** | **9 022,0** | **19,8** | **2,1** |
| *Inde* | *0,9* | *8 907,6* | *10 894,5* | *22,3* | *0,1* | *496,9* | *1 077,6* | *116,8* | *9,9* |
| *Thaïlande* | *0,1* | *2 187,8* | *1 823,5* | *-16,6* | *0,0* | *532,5* | *302,6* | *-43,2* | *16,6* |
| *Vietnam* | *2,2* | *17 264,7* | *27 054,0* | *56,7* | *0,0* | *188,4* | *86,0* | *-54,4* | *0,3* |
| *Cambodge* | *0,0* | *0,0* | *5,3* | *–* | *0,0* | *688,9* | *371,8* | *-46,0* | *6 981,6* |
| *Indonésie* | *2,1* | *32 436,7* | *25 696,1* | *-20,8* | *0,0* | *237,5* | *182,5* | *-23,2* | *0,7* |
| *Malaisie* | *0,4* | *3 989,4* | *4 459,3* | *11,8* | *0,0* | *112,7* | *42,5* | *-62,3* | *1,0* |
| *Singapour* | *0,0* | *87,6* | *46,9* | *-46,5* | *0,1* | *471,2* | *829,3* | *76,0* | *1 768,7* |
| *Philippines* | *0,0* | *218,9* | *329,2* | *50,4* | *0,0* | *180,1* | *71,7* | *-60,2* | *21,8* |
| *Chine* | *28,5* | *302 064,1* | *350 894,1* | *16,2* | *0,3* | *1 736,7* | *2 337,4* | *34,6* | *0,7* |
| *Corée du Sud* | *0,0* | *102,2* | *112,1* | *9,7* | *0,1* | *521,5* | *607,5* | *16,5* | *542,0* |
| *Japon* | *0,1* | *883,8* | *944,6* | *6,9* | *0,2* | *1 062,1* | *1 279,9* | *20,5* | *135,5* |
| *Taïwan* | *0,1* | *608,4* | *807,9* | *32,8* | *0,0* | *416,4* | *343,9* | *-17,4* | *42,6* |
| *Hong Kong* | *0,0* | *692,5* | *264,5* | *-61,8* | *0,2* | *822,7* | *1 284,0* | *56,1* | *485,4* |
| **Océanie** | **0,0** | **214,4** | **220,9** | **3,0** | **0,3** | **1 975,2** | **2 470,8** | **25,1** | **1 118,7** |
| **Total** | **100,0** | **1 219 655,9** | **1 232 934,8** | **1,1** | **100,0** | **804 048,7** | **807 520,1** | **0,4** | **65,5** |

**Conclusion**

La conjoncture défavorable à laquelle le secteur de l’ameublement – tout comme les autres secteurs d’ailleurs – se voit confrontée n’empêche pas les entreprises de persévérer sur le chemin de la durabilité, de la circularité, de l’innovation et du développement de la production, ni de se préparer à l’avenir.

Notamment à la faveur d’initiatives législatives – comme celle de la Responsabilité élargie des producteurs –, des efforts accrus sont déployés, par exemple en matière d'éco-conception et de ‘design for disassembly’, permettant la réutilisation et le recyclage des matériaux et des matières premières. Un pionnier dans ce domaine est sans aucun doute le secteur du matelas, où des solutions circulaires sont toujours plus souvent proposées, sur le marché. À cet égard, des fabricants belges jouent un rôle de premier plan, servant souvent de modèles à leurs collègues européens. Il s’agit à présent de sensibiliser davantage le consommateur à ces solutions et produits circulaires, écologiquement responsables.

Ces dernières années, la durabilité a toujours davantage été placée au centre des préoccupations. Tandis que le Règlement européen sur le bois, en vigueur depuis 2013, porte l’attention sur la légalité, la mise en place du Règlement européen anti-déforestation (European Union Deforestation Regulation), à présent très probablement reportée d’une année, va ajouter ici une puissante stimulation. À côté de la légalité de la provenance du bois, la durabilité de son origine, également, est maintenant toujours davantage prise en compte. En outre, les sièges ou assises, qui jusqu’ici n’étaient globalement pas concernés par les obligations du Règlement sur le bois, se retrouvent désormais aussi dans le champ d’application de cette loi. Pour les acteurs des importations – mais aussi pour ceux des exportations –, cela va conduire à des mesures supplémentaires, afin de garantir tant la légalité que la durabilité de l’offre de produits. Fedustria soutient ses membres par des conseils et une assistance, dans ce dossier, et travaille à cette fin en étroite coopération avec la Confédération européenne des industries du bois – CEI-Bois – (European Confederation of Woodworking Industries), ainsi qu’avec l’EFIC (Confédération européenne des industries de l’ameublement – European Furniture Industries Confederation).

L’introduction des obligations sera peut-être reportée d’une année – le Parlement européen doit encore statuer, à cet égard –, mais cela ne mènera sûrement pas les opérateurs du marché à ajourner ou à retarder la préparation aux nouvelles exigences. Au contraire : Fedustria encourage ses membres à profiter des mois qui viennent pour réaliser au mieux cette préparation.

Avec des initiatives comme la plateforme tendances [[WATF](https://watf.news/)](http://WATF) (Woodcrafts and Textile Futures – artisanat du bois et futurs textiles), ou encore l’outil STEM [TWIINZ.WORLD](https://twiinz.world/), développés en coopération avec Trendwolves, agence de marketing auprès des jeunes, Fedustria souhaite toucher de jeunes talents, afin de leur faire connaître le secteur et de les orienter vers lui. Pour la deuxième année consécutive, un rapport tendances sera publié début octobre, avec cette fois une mise en avant de la « créativité augmentée », illustrée par toute une série d’exemples tirés du secteur. Via TWIINZ.WORLD, les 10 à 14 ans peuvent se lancer dans un travail créatif, autour de produits 3D d’entreprises membres de Fedustria, pour bâtir leur propre monde de rêve.

En outre, les producteurs belges d’ameublement recherchent activement de nouvelles opportunités de marché, bien sûr aussi à l’étranger. La voie vers cet objectif est préparée par les participations collectives à des foires, sous l’étendard « Belgian Furniture powered by Fedustria », comme par exemple à Milan ou au Moyen-Orient. Mais le Salon du Meuble de Bruxelles présente lui aussi des opportunités à cet égard, avec par exemple une nouvelle mise en valeur de l’offre de mobilier extérieur, par le biais de l’« Outdoor island ».

Pour terminer, notons que le report de la Foire du Meuble de Cologne début 2025 va, on l’espère, amener des acheteurs allemands et autres à prendre la route de Bruxelles. En attendant, nous vous accueillerons à bras ouverts.

---------------------------------------------------

Infos complémentaires : Katja De Vos ([katja.devos@fedustria.be](mailto:katja.devos@fedustria.be)), +32 476 316467 / Filip De Jaeger ([filip.de.jaeger@fedustria.be](mailto:filip.de.jaeger@fedustria.be)), +32 486 898184

1. **SALON DU MEUBLE DE BRUXELLES**

**Campagne – Growing Homes**

Le slogan de notre campagne « Growing Homes » a déjà été présenté en détail dans notre newsletter Brussels Furniture AfFairs, de même que la signification de la vidéo qui l’illustre. Pour une description complète de la campagne, nous vous référons à notre avant-propos, disponible sur notre site web.

Mais à l’occasion de cette conférence de presse et afin de rafraichir les mémoires, en voici un court résumé.

Growing **Homes**: tout le monde a besoin d’un chez soi. En guise de foyer pour la famille, de lieu de détente à l’issue d’une longue journée de travail, d’environnement où accueillir les amis et les proches ou de refuge réconfortant après une grande nouvelle. Et même à la fin de vacances tant attendues, nous nous réjouissons tous de retrouver la douce familiarité de notre nid.  
La création de ce sentiment de « chez soi » et de convivialité sert de point de départ à tout fabricant de meubles. Et au Salon aussi, la convivialité et un accueil chaleureux font partie des priorités de l’organisation.

**Growing** Homes : ces dernières années, nous avons ardemment travaillé à la construction d’une base solide. Ces fondations sont nécessaires pour garantir la fiabilité et la continuité requises à nos exposants et à notre public. Mais comme explicitement souligné par notre campagne de 2023 « The Future is FurNature », nous gardons le regard tourné vers l’avant et vers de nouveaux développements. La notion de croissance (« grow ») exprimée par le slogan de cette année ne porte pas nécessairement sur la superficie du salon ou le nombre d’exposants, mais plutôt sur une évolution saine vers un Salon du Meuble plus qualitatif, plus moderne et plus efficace.

**Alors… quoi de neuf ?**

Afin d’atteindre cet objectif, nous continuons de travailler sur ce qui rend le Salon de Bruxelles si unique (sa convivialité, l’atmosphère dans laquelle sont plongés les palais, les animations…), en y ajoutant bien évidemment quelques nouveautés. Le tout avec comme fil rouge de continuer à choyer nos visiteurs et à attiser leur intérêt.

**Belgian Design Island**

Commençons par la Belgian Design Island — ou BDI, qui nous ramène aux origines de la création de notre Salon en 1937 — alors baptisé « Foire nationale des fabricants de Meubles » - avec comme objectif de soutenir au mieux le secteur du meuble belge.

Avec la Belgian Design Island, nous voulons à nouveau braquer les projecteurs sur les créateurs et le design belges, mondialement réputés pour la qualité de leur savoir-faire. Les visiteurs y trouveront une plateforme originale consacrée aux objets de design et de déco, du meuble à l’éclairage, en passant par les textiles et les tapis.

Un tel concept mérite un cadre à sa hauteur : nous nous sommes employés à offrir une expérience complète aux visiteurs, intégrant également les aspects du concept de « Magasin de demain ». Un passage obligé pour quiconque veut s’assurer d’avoir goûté à la spécificité de cette édition 2024.

Parallèlement, la BDI répond également à notre ambition d’attirer et de soutenir un plus large public au sein du marché privé et des projets.

**Belgian Outdoor**

Autre nouveauté de cette année : la plateforme Belgian Outdoor. Ce n’est un secret pour personne : cela fait quelque temps que nous souhaitions intégrer le mobilier d’extérieur à notre offre. Cette année, nous entamons donc une première étape ciblée, similaire à ce que nous avions fait en 2022 dans le segment Brussels by Night. Nous introduisons un stand consacré à l’outdoor illustrant différentes marques. Un premier pas mûrement réfléchi vers la suite…

**Brussels by Night**

Si le segment n’est pas neuf, il réserve à nouveau de nombreuses nouveautés ! La tendance se poursuit : après notre investissement ciblé de 2022, le palais dédié au confort du sommeil continue de gagner en qualité. 90 % de la surface occupée en 2023 retrouve ses mêmes exposants (signe de continuité), tandis que les mètres carrés restants font un bond qualitatif avec de nouveaux noms tels que Luxury Bedding Company, Adova Group, Gomarci et Rogaswisstech. Encore une belle internationalisation de l’offre !

|  |  |
| --- | --- |
| **2024 - Brussels by Night** | |
| *Pays* | *# marques présentes* |
| Belgique | 12 |
| Pays-Bas | 10 |
| Allemagne | 2 |
| France | 2 |
| Hongrie | 1 |
| Lituanie | 1 |
| Espagne | 1 |
| Royaume-Uni | 1 |

**Informations relatives aux animations**

Cette année encore, les visiteurs seront accueillis par nos livreurs de journaux, qui leur remettront notre journal « **La Gazette** ». Celui-ci contient un résumé des dernières nouveautés ainsi qu’un plan des palais. Le public est ainsi encouragé à découvrir les quatre coins du Salon et à profiter d’une pause bien méritée dans les zones de détente et de restauration.

Mais parce que le temps reste précieux et que nous ne voulons pas non plus détourner nos visiteurs des fabricants qu’ils sont venus voir, nous leur proposons cette année **The Fair Express**. La solution idéale pour parcourir tous les palais à vitesse accélérée en mêlant efficacité et plaisir, grâce notamment à l’agréable compagnie de nos chauffeurs de rickshaws.

**Le Salon du Meuble de Bruxelles 2024 en chiffres**

Si nous nous penchons sur le tableau ci-dessous, nous remarquons d’emblée que les fabricants néerlandais sont cette année encore présents en grand nombre, tant et si bien que l’écart entre marques belges et néerlandaises devient presque insignifiant. Une évolution particulièrement notable dans Brussels by Night (palais 6), dans le palais 8 réputé pour le charme et l’ambiance de ses collections et, bien sûr, dans Holland à la Carte (patio), petit palais réservé exclusivement aux grandes marques néerlandaises.

|  |  |
| --- | --- |
| **2024 – Marques présentes au Salon du Meuble de Bruxelles** | |
| *Pays* | *# marques présentes* |
| Belgique | 81 |
| Pays-Bas | 70 |
| Allemagne | 13 |
| Pologne | 10 |
| Ukraine | 10 |
| France | 8 |
| Lituanie | 6 |
| Italie | 5 |
| Danemark | 4 |
| Turquie | 3 |
| Estonie | 2 |
| Portugal | 2 |
| Autriche | 1 |
| Chine | 1 |
| Hongrie | 1 |
| Norvège | 1 |
| Singapour | 1 |
| Espagne | 1 |
| Royaume-Uni | 1 |
| **TOTAL** | **221** |

Le top 3 est complété de l’Allemagne, qui voit clairement notre Salon comme l’opportunité toute désignée d’atteindre les revendeurs du Benelux. Une stratégie qui vaut d’ailleurs également pour la Pologne, toujours solidement représentée à Bruxelles.

Du reste, nous notons une baisse du nombre d’exposants italiens, généralement installés au palais 3. Une opportunité de croissance pour la prochaine édition, lors de laquelle nous accorderons à nouveau une attention particulière aux fabricants d’Italie, surtout réputés chez nous pour leurs canapés haut de gamme.

La principale différence de ce Salon 2024 se situe au niveau du palais 9, où le lecteur averti observera une légère baisse de la surface d’exposition, compensée par un important gain en qualité. Une stratégie délibérée qui découle de demandes et de remarques émanant de nos fidèles exposants de ce palais 9. La présence de plusieurs marques de qualité venues d’Ukraine et de la région de Lodz (Pologne) en est un bon exemple.

**Vision pour la suite**

Nous clôturons traditionnellement notre présentation en vous donnant un aperçu de ce que vous pouvez attendre du prochain Salon.

L’édition 2025 du Salon du Meuble de Bruxelles se tiendra du 2 au 5 novembre 2025.

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. Cette phrase est l’exacte réplique de celle figurant en conclusion de votre dossier de presse de 2023 et ce n’est pas un hasard. Elle reflète en effet l’essence même du Salon de Bruxelles. Nos racines restent profondément ancrées et forte de ces fondations, notre évolution peut se poursuivre.