



Avec quelques 20 000 visiteurs professionnels dont 60 % venus de l'étranger, le salon du meuble de Bruxelles prouve cette année encore qu'il bénéficie d'un véritable rayonnement international. Un succès dû à ses organisateurs, auteurs d'un événement mêlant convivialité et inventivité, mais également à des exposants toujours prompts à relayer le dynamisme inhérent à la formule...

Laurent Feneau

MEUBELBEURS 2018

Bruxelles, miroir de tendances

L'imagination est à nouveau au pouvoir pour cette édition 2018 du salon du meuble de Bruxelles qui s'est tenu du 4 au 7 novembre. Ceci, grâce à ses exposants, mais davantage encore grâce à son équipe de direction qui, plus que jamais, fait preuve d'envie et de caractère. Résultat, l'événement parvient à faire le plein de produits mais également de visiteurs de qualité. Mieux, avec un volume d'affaires conséquent sur tous les seg-

ments et plus particulièrement sur la literie, la manifestation parvient à tirer son épingle du jeu en dépit d'un marché belge du meuble largement à la peine en 2018. En effet, selon Fedustria, l'équivalent de l'IPEA chez nos voisins du Nord, ce dernier voit son chiffre d'affaires reculer de 2,7 % sur le premier semestre. Pas de quoi pavoiser certes, si ce n'est que tous les secteurs du meuble ne sont pas logés à la même enseigne... La cuisine et la

Balthazars 2019 : and the winners are...

Chaque année, la remise des Balthazars constitue le point d'orgue du Salon du Meuble de Bruxelles. Au vu de l'affluence, ces récompenses font l'objet d'un grand intérêt auprès des fabricants et exposants, belges et étrangers ! Contrairement à d'autres éditions, le jury a dû, cette année, longuement délibérer avant d'arriver à un verdict. S'est finalement accordé sur les lauréats suivants :

- Catégorie « Best of Belgium » : « Reset » de Magnitude
- Catégorie « Best International » : « Glide » de Kluskens
- Catégorie « Love at first sight » : « Lucy » de Moome
- Catégorie « Innovation » : « Resleep » de Veldeman



litterie tendent ainsi à reprendre des couleurs sur la période étudiée, avec un bond en avant pour la première (+2,5 %) et une micro progression pour la seconde (+0,1 %).

Une offre 100 % dans l'air du temps !

Bref, tout ne va pas si mal au plat pays et surtout pas sur le salon du meuble de Bruxelles où pour cette édition 2018, la satisfaction est

évidente du côté organisateurs. « Les acheteurs s'orientent de plus en plus vers des programmes moyenne gamme contemporain et c'est justement le cœur de gamme du Salon du Meuble de Bruxelles ; dans ce sens, nous collons de plus en plus aux attentes des visiteurs », fait ainsi remarquer Lieven Van den Heede, Directeur de la manifestation. L'événement fait d'autant plus mouche cette année que les exposants, toutes nationalités confondues, travaillent dur au développement de nouvelles collections. La qualité des stands est là pour le prouver, les principaux acteurs du marché européen du meuble mettent en effet les bouchées doubles sur cette édition. A commencer par les exposants belges, toujours en nombre (plus de 43 % des exposants) sur lesquels les organisateurs ont de longue date posé les bases du développement de la manifestation. A noter qu'en dépit des conditions difficiles du marché national, les fabricants affichent des stands aux dimensions supérieures par rapport aux années précédentes tandis que de nouveaux noms du meuble belge participent à l'événement pour la première fois. C'est entre autres les cas de Kasaïs, Igor Home Interiors et Credendo+.

La Hollande (32,6 % des exposants) n'est pas en reste et conforte même cette année sa place au cœur de la manifestation. « Les industriels hollandais continuent à cibler leurs efforts sur l'export, notamment à destination de la Belgique ; d'où leur présence renforcée sur cette édition dont Living Furn, Brix, Ligth&Living et House of Sakk qui font le voyage pour la première fois », poursuit Lieven Van den Heede. Dans l'espace baptisé Patio, les exposants néerlandais sont ainsi une fois de plus mis à l'honneur sous le concept

LIEVEN VAN DEN HEEDE, DIRECTEUR DU SALON DU MEUBLE DE BRUXELLES

Rendez vous en 2019, du 3 au 6 novembre !

« Avec environ 20 000 visiteurs, l'édition 2018 se rapproche de celle de l'an dernier en termes de fréquentation. Les premiers retours d'exposants sont positifs, qu'il s'agisse des contacts pris sur l'événement ou même du volume d'affaires réalisé. Ce premier bilan positif nous encourage dans nos efforts pour développer le salon, notamment en élargissant l'offre proposée. Celle du meuble professionnel tout d'abord, secteur sur lequel les visiteurs sont de plus en plus nombreux, et celui de la décoration où nous comptons une vingtaine d'exposants cette année. Soit, au final, deux segments de marché au potentiel fort que nous entendons accompagner sur les prochaines éditions.

Au-delà, l'internationalisation du salon se poursuit, tant au niveau des exposants que des visiteurs. On remarque cette année que l'Italie et l'Allemagne ont particulièrement misé sur Bruxelles. Ils se sont non seulement déplacés en nombre mais ont également beaucoup travaillé à la qualité des stands. Idem pour les Pays-Bas et la France, deux pays qui historiquement sont très importants pour le salon. Mais on observe également que de plus en plus de demandes de participations à la manifestation nous viennent hors d'Europe. Du Brésil, du Proche et Moyen-Orient et d'au-delà. Cela est encore un peu tôt pour parler de tendance, mais il est indéniable qu'il s'agit d'une évolution d'ores et déjà bien repérable. Nous veillerons donc en 2019 à accueillir avec encore plus d'attention ces professionnels non européens ».

Glamour Sofà Srl
GIUSEPPE PRIANO, ADMINISTRATEUR

Fidèle à notre positionnement sur la qualité

« La situation sur le marché italien est assez tendue avec une forte tension sur les prix qui tend à scinder l'offre en deux : le très haut de gamme et le bas de gamme. A contrario de cette tendance, Glamour Sofa reste fidèle à son positionnement historique tendant à proposer une offre axée sur le moyen/haut de gamme, avec des matériaux de qualité et des lignes et formes innovantes. Un parti pris stratégique qui fait mouche et permet à notre société de maintenir son chiffre d'affaires en Italie. Nous sommes également stables sur le marché français où nous réalisons cette année un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros. Glamour Sofa reste adossée à la même équipe commerciale pour l'Hexagone. Très dynamique, celle-ci a déjà décroché de nombreux rendez-vous avec de nouvelles centrales. Parallèlement, nous formons de nouvelles équipes afin de développer le business sur le reste de l'Europe, notamment en Suisse et en Espagne. Au final nous misons sur un chiffre d'affaires global de 5 millions d'euros pour 2019. Un objectif modeste certes, mais qui s'explique par le fait que nous ne souhaitons pas faire de volume, mais au contraire continuer à maîtriser notre capacité de production, notre savoir-faire et notre positionnement sur la qualité ».



Holland à la carte. Si le visiteur hollandais s'y sent chez lui, l'ensemble des acheteurs européens y trouvent également leur bonheur en 2018. Entre Cartel Living, Kluskens, BKS, Jess Design, pour les plus contemporains ou encore Nouvion, HE Design et Ztahl by Dijkos pour les plus design, nombreuses sont en effet cette année les collections s'inscrivant parfaitement dans l'air du temps.

Droit dans sa botte...

A l'image des dernières éditions, les industriels italiens (près de 9 % des exposants) répondent eux aussi largement à l'appel cette année, avec la plupart des acteurs référents du marché transalpin tels que Max Divani, Franco Ferri, Calia, Bardi, Egoitaliano, ou encore Corium Italia. A noter que dans le hall 3, Max Divani et Franco Ferri occupent cette fois chacun un stand distinct, l'un et l'autre tout aussi vaste qu'impressionnant. Ces grands noms du meuble italien sont rejoints sur cette édition par Altoni et New Trend Concepts qui participent pour la première fois à la manifestation bruxelloise, venant ainsi en renfort d'une offre déjà prometteuse.

La French Touch, particulièrement repérable sur cette édition, rythme elle aussi les allées de la manifestation de Bruxelles. Rappelons que les industriels français pèsent en moyenne chaque année pour 6 % des exposants. 2018 n'inverse pas la tendance sur ce point et le meuble tricolore reste bien représenté cette année, notamment par Gautier qui présente sa collection Gami, Demeyre Group ou encore Al-sapan et Girardeau. Sans oublier bien sûr l'offre toujours qualitative d'Akante sur les tables de salon. Pour la plupart d'entre eux, le Salon du Meuble de Bruxelles est l'occasion bien sûr de présenter nouvelles collections et/ou concepts innovants, mais également et surtout de toucher de nouveaux acheteurs étrangers. Nombreux sont par ailleurs les acheteurs français à faire cette année le voyage à destination du plat pays. « Bon nombre d'entre eux font le déplacement, car ils trouvent ici l'offre qu'ils recherchent pour leurs assortiments de base, ce qui nous permet de nous distinguer des autres salons européens », confirme ainsi la direction de la manifestation.

Akante
OLIVIER VANHAECKE, DIRECTEUR ASSOCIÉ

Une progression à deux chiffres pour 2018 !

« Le marché belge est légèrement tendu, ce qui ne nous empêche pas de progresser fortement cette année par rapport à l'édition 2017. Akante n'est effectivement pas impacté par cette conjoncture défavorable. Nous sommes bien structurés et notre offre est parfaitement dans l'air du temps. Résultat, nous gagnons des parts de marché sur nos concurrents et sommes sur des progressions à deux chiffres en 2018.

Nous continuons donc fort logiquement à élargir notre gamme et à nous développer à l'export, notamment sur l'Allemagne où nous mettons en place une équipe commerciale de 5 personnes. Nous portons également actuellement notre regard vers les Etats-Unis.

Pour 2019 ; nous restons sur des objectifs à deux chiffres. Nous misons tout particulièrement sur la mise en place de corners digitaux avec des bornes numériques qui permettront aux points de vente de présenter et de vendre l'intégralité de nos gammes. Enfin, nous réfléchissons aux modalités d'un développement sur la Toile. Actuellement nous réalisons 2 % de notre chiffre d'affaires sur le web, la marge de progression est donc large... ».



Calligaris

GUILLAUME RENAU, DIRECTEUR COMMERCIAL FRANCE, BELGIQUE ET LUXEMBOURG
ET GLORIA NADALIN, AREA SALES MANAGER

De nouvelles opportunités pour 2019 !

« C'est notre troisième année consécutive sur le salon bruxellois depuis notre retour sur la manifestation en 2014 et nous notons une fréquentation légèrement supérieure par rapport aux éditions précédentes. Ce qui est très positif pour nous, d'autant que Calligaris termine l'année sur une tendance largement supérieure au marché qui pour rappel, inscrit ses résultats sur une tendance négative par rapport à 2017. Une performance bien méritée, car nous avons effectué un important travail de fond sur la qualité de nos expositions, travail appuyé par une forte volonté de communication et un développement de notre réseau sur le territoire français avec au final 78 points de vente.

Mais nous ne comptons pas nous arrêter en si bon chemin... Calligaris vient en effet de se rapprocher du fond d'investissement italien Alpha qui a de très fortes ambitions pour notre marque. Les moyens du groupe vont par exemple nous permettre de faire des acquisitions sur des segments du meuble sur lesquels nous ne sommes pas encore présents. Nos objectifs sont donc ambitieux pour 2019. Nous misons ainsi sur une centaine de points de vente sur l'Hexagone, dont une quinzaine de magasins ».



Au final, en invitant la plupart des grands noms du meuble européen, l'édition 2018 parvient au final à rester sur la ligne historique du salon belge – l'ameublement milieu/haut de gamme – tout en impulsant une montée en gamme générale au niveau de l'offre proposée, tant en faveur du contemporain que du design.

Literie verte

Cette évolution est tout aussi repérable sur Brussels by Night, espace du salon dédié 100 % au sommeil. Cette année encore, les fabricants du secteur rivalisent de dynamisme. Résultat, de nombreuses et réelles innovations, tant en termes de techniques que de confort de sommeil avec des offres de plus en plus complètes. Du matelas à la table de chevet, en passant par le TPR et des collections complètes de linge et accessoires, le candidat au sommeil haut de gamme a ainsi cette année l'embaras du choix pour trouver literie à son pied, quel que soit son style, son confort ou son prix. D'autant que l'offre proposée à Bruxelles s'enrichit cette année de quelques jolies nouveautés, qu'il



s'agisse des matelas de Duvatex ou encore des élégants textiles des belges De Witte Lietaer et Mia Zia. Sans oublier les boxsprings et convertibles de Martell et Redcorner Beds de Pologne, ou encore – de Roumanie – Axbro et ses pieds pour boxsprings et la literie 100 % écologique du grec Candia...

En effet, la literie durable a plus que jamais le vent en poupe à Bruxelles. Du liège au latex, en passant par les matériaux recyclables, une tendance très "nature" prolonge effectivement une offre bien positionnée en termes de protection de l'environnement. « La plupart des fabricants du secteur du sommeil sont effectivement très concernés par la problématique de l'environnement et s'engagent aujourd'hui dans une démarche de développement durable », confirme sur Brussels by Night, le Directeur du salon.

Ô bois jolis !

Au-delà de la seule literie, le respect de l'environnement s'applique non seulement à tous les segments du meuble mais également à tous les acteurs de la filière. À commencer par le designer, premier concerné par les questions d'écoconception quel que soit le secteur d'activité dans lequel il exerce ses talents ou le mode d'expression qu'il pratique. Sa responsabilité en termes d'anticipation conceptuelle, mais surtout de choix des matériaux est en effet incontestable. Parmi les mesures préconisées en termes d'écoconception de mobilier, économiser la matière peut être considéré comme le premier geste écologique, sauf pour le bois dont l'une des qualités est de stocker le CO2. Grâce à de nouvelles technologies comme celle dite des "pores synchrones", l'aspect bois est par ailleurs mieux imité que jamais. De nouveaux matériaux sont ainsi désormais travaillés par les services R&D. Ceux-ci, par leurs qualités – tantôt poreuse comme le liège, tantôt dense comme le ciment ou la céramique – offrent de nouvelles possibilités. D'autant que les designers y superposent des transparences – verres, fibres ou plastiques – permettant de générer de nouveaux volumes. Si la recherche sur les nouveaux matériaux va bon train sur le secteur du meuble, c'est toutefois dans les écoles de design que les avan-

cées sont les plus notables. D'où la présentation cette année sur le salon des projets des étudiants de trois écoles belges. « Le bois reste pour l'heure la matière première essentielle de la plupart des meubles produits aujourd'hui. Ce qui n'empêche pas des évolutions très importantes. Ainsi, de plus en plus d'essences différentes sont utilisées, des plus classiques comme le chêne ou le frêne, aux plus atypiques comme le bambou ou l'aggloméré qui fait un retour en force », confie ainsi Bass Pattyn, Bachelor à l'école Thomas More Mechelen. Et de préciser, « les matériaux vont continuer à évoluer ; le bois mais également et surtout les plastiques dont les nouvelles formulations permettent un recyclage plus systématique. A noter que cette nouvelle génération de plastiques permet d'ores et déjà plus de souplesse notamment pour les impressions 3D ».

Planète meuble

Enfin, les choix chromatiques des designers et industriels soulignent la force de ce travail sur la matière. Si l'on croise les tendances observées à Milan, Paris et Bruxelles, les couleurs les plus tendance du moment s'orientent vers des tons acidulés, des verts et jaunes lumineux ou à l'inverse, des tons pastels aux harmonies plus ténues. Parallèlement, d'autres teintes très "nature" font leur apparition ces derniers mois. C'est le cas de l'orge, de la myrtille ou encore d'ocres ultra lumineux. Au final des couleurs 100 % fraîches, empruntées au quotidien ou puisées dans les paysages d'ici et d'ailleurs. Une évolution particulièrement repérable chez le Belge Joli qui, sur Square, présente de nouvelles collections de tables et de chaises au dessin volontairement très épuré. Les nouveaux sofas et convertibles présentés par Dienne Salotti et Glamour Sofa s'inscrivent également dans cette volonté d'inscrire l'objet meuble dans des matériaux et teintes en prise directe sur la nature, sa faune et sa flore.

Bref, sur l'ensemble des segments y compris celui de la literie, le salon du meuble de Bruxelles parvient cette année une fois encore à faire la différence. D'un positionnement pertinent sur le contemporain haut de gamme à une offre bien pensée mixant matériaux,

Dienne Salotti

IRENE MERCADANTE (RESPONSABLE FRANCE) ET PASQUALE CANNITO (RESPONSABLE BELGIQUE)

De grandes ambitions sur la France !

« 2018 est une bonne édition pour le salon et ses exposants, comparable à celle de 2017 en terme de fréquentation. Avec toutefois un visitorat légèrement différent : plus de Français et moins d'Anglais. Mais quelle que soit leur nationalité, les visiteurs aiment nos produits et reconnaissent les efforts que nous engageons en termes de qualité. Rappelons ainsi que Dienne signe de véritables produits de salon et pas seulement des convertibles. Cela est très important pour nous et nous souhaitons continuer à travailler sur cet aspect qui est véritablement l'ADN de notre marque. Le nouveau canapé Space est très représentatif dans ce sens et offre un confort d'assise exceptionnel grâce à un parfait équilibre entre la densité de la mousse et la mécanique propre au convertible.

Au-delà nous sommes toujours très dynamiques sur le marché français. D'autant que nous mettons en place une toute nouvelle équipe commerciale. En conséquence, nous avons de grandes ambitions sur la France pour 2019 et misons sur un chiffre d'affaires supérieur à 20% par rapport à l'année dernière ».



cultures et design, en passant par un questionnement ad hoc sur la durabilité de la filière meuble, l'événement se fait l'écho de la plupart des évolutions actuelles du marché. Enfin et surtout, avec une présence renforcée des pays non européens sur cette édition – notamment Turquie, Tunisie, Brésil, etc. – le salon du meuble de Bruxelles se fait le reflet de toutes les tendances d'un marché de plus en plus internationalisé. ■

