**MEUBELBEURS BRUSSEL – 3-6 november 2024**

**VOORBESCHOUWING**

1. **Growing Homes**

Waar de Meubelbeurs Brussel met de vorige campagne een zaadje plantte voor een mooiere toekomst, wordt de focus met het huidige campagnebeeld verlegd naar hoe we richting deze toekomst kunnen toegroeien. Want in Brussel komen ondernemers natuurlijk samen om erop vooruit te gaan, om hun business te doen groeien. Een thema dat bovendien ook van toepassing is voor de beurs zelf.

Met deze campagne geeft de Meubelbeurs Brussel een vervolg aan de vorige, maar worden de accenten verlegd. Want naast het thema ‘groei’, onderstrepen we ook het belang van een warme thuis. Een universele overtuiging, waar we ons als sector samen voor inzetten. Een gevoel van gemoedelijkheid en cosiness dat je als bezoeker ook ervaart tijdens je beursbezoek in Brussel.

De Meubelbeurs Brussel, dat is de thuis van jouw meubelfamilie, waar de begrippen traditie, eigentijdse realiteit, toekomst, innovatie en droom allemaal samenkomen, een plaats krijgen en één geheel vormen. Het is de plaats waar de ervaringen van het voorbije jaar gedeeld worden, waar we de progressie van collega’s kunnen vaststellen en waar we de nodige kennis kunnen opdoen om zelf de gewenste groei te bewerkstelligen.

1. **Groei**

Groei is een proces. Het vertrekt vanuit een gezonde omgeving, vormt een solide basis en gaat vervolgens in bloei. Het is een proces waarbij geduld en oog voor je omgeving een zeer belangrijke invloed vormen.

De voorbije jaren hebben we sterk gewerkt aan het vormen van een solide basis, vandaag in beeld gebracht door de wortels die zich doorheen de campagnevideo verankeren. Deze basis is noodzakelijk voor het bieden van de gewenste zekerheid en continuïteit aan onze exposanten en publiek.

Van daaruit kunnen we verder bouwen. Naast de uitbreiding van een kwalitatief aanbod indoor meubelen en slaapkamer collecties hebben we dit jaar de focus gelegd op een versterking van het huidige aanbod en het bereiken van een breder publiek door de integratie en/of uitbreiding van design, decoratie, outdoor en verlichting. Ook dit is een proces waarbij geduld, kleine stappen en weloverwogen keuzes de sleutel vormen.

Wanneer binnen de beurswereld over groei gesproken wordt denkt men meestal meteen aan de bezette oppervlakte. Een item, absoluut, maar zeker niet het belangrijkste. De Meubelbeurs Brussel staat vooral voor een kwalitatief en realistisch aanbod gecombineerd met de mogelijkheid tot een aangenaam en efficiënt bezoek. Vorig jaar was de Meubelbeurs voor de eerste keer sinds jaren 100% bezet. Dat betekent dat we jammer genoeg ook exposanten, zoals Bellus vorig jaar, moesten teleurstellen, en klaarstomen voor de volgende editie. Dit jaar staan zij trouwens wel op de beurs in hal 3 en wij zijn ervan overtuigd dat zij een meerwaarde zullen bieden. Die keuze voor meerwaarde boven aantal is een beslissing waarvan we overtuigd zijn dat deze zal renderen op de lange termijn en we hopen dat ook onze huidige spelers dit zien als een investering naar hen toe.

1. **BDI (Belgian Design Island)**

Net zoals in de natuur is groei en ontwikkeling ook een gevolg van symbiose. Welke invloed oefenen meerdere elementen op elkaar uit wanneer je ze samen brengt ?

Met het Belgian Design Island willen we graag onze Belgische ontwerpers in de kijker zetten en tegelijk ook een breder publiek aanspreken binnen de privé- en projectmarkt. We creëren een aparte hub voor design- en deco-objecten, van meubel tot verlichting, van textiel tot tapijt. Met focus op creatieve hebbedingen die het verschil kunnen maken op zowel de privé- als de projectmarkt.

Jong en oud, studenten en ondernemingen, gevestigde waarden en start-ups. Zij komen hier allen aan bod en staan klaar om zowel retailers, fabrikanten als interieurontwerpers te ontvangen.

Ook ons concept ‘winkel van morgen’ wordt hierin geïntegreerd en vormt mee de totaalbeleving.

1. **Belgian Outdoor**

Het was al langer onze wens om ook outdoor meubelen opnieuw in ons aanbod te integreren. Als je weet dat vele van de meest succesvolle outdoor merken van Belgische bodem zijn lijkt dit eigenlijk een must. Hoe begin je eraan is dan de vraag ? Exposanten komen pas als je het publiek hebt en het publiek komt pas als je het aanbod hebt. Daarenboven zijn vele onder hen niet meer op zoek naar verdeelpunten.

Dus beginnen we klein, zoals we dat 2 beurzen geleden ook met de slaaphal gedaan hebben. We doen een gerichte investering en spreken die merken aan die nog groeipotentieel zien in de BENELUX en omringende landen.

Eigenlijk stond dit pas voor 2025 gepland, maar de mooie reacties op ons BDI concept in combinatie met een extra ruimte die we begin september nog beschikbaar hadden, hebben ons ertoe bewogen iets sneller te schakelen en het momentum te grijpen.

Het Belgian Outdoor zal te zien zijn in hal 3 en wordt verwezenlijkt in samenwerking met Fedustria.

1. **Brussels by Night**

De trend die de voorbije 2 jaren werd ingezet ontwikkelt zich verder. We mogen nu zeggen dat onze in spanningen in 2022 ook op de lange termijn hun effect niet gemist hebben. En dat was absoluut het hoofddoel: Brussels by Night opnieuw ‘the place to be’ maken voor de BENELUX markt en omringende landen. Maar ook daarbuiten wordt de interesse aangewakkerd met o.a. Viking Beds, Treca, Sleepeezee, Gomarco en Serta die onze beddinghal komen versterken.

1. **Verlichting**

Ook het aanbod verlichting wint aan continuïteit en neemt langzaam steeds meer plaats in op de Meubelbeurs Brussel. Zijn dit jaar (opnieuw) present: Expo Trading Holland, Masterlight, Trio Lighting, Lucide, Marckdael, Fantasia en Light Trend.

1. **Inspiratie en efficiëntie**

In gelijk welk tijdperk we leven is er één constante die haar waarde nooit verliest: tijd.

Daarom ook dat we op onze beurs veel belang hechten aan het bieden van een aangenaam én een efficiënt bezoek. De 7 bezette hallen werden destijds niet toevallig gekozen. Zij laten jou toe om de hele beurs in één flow te bezoeken zonder dat je rechtsomkeer moet draaien. Op een oppervlakte van 42.000m² is iedere stap van tel.

Wij moedigen onze bezoekers aan om hun bezoek goed in te plannen. Dat kan via onze nieuwe app of via de website, waar bezoekers hun favorieten kunnen opslaan en hun meest efficiënte route kunnen laten uittekenen.

Ook ter plaatse willen we de mensen nog een laatste keer goed informeren over wat er allemaal op de beurs te zien valt. Ons gratis lokaal krantje ‘La Gazette’ informeert jou kort en bondig over onze nieuwigheden en hun locatie, inclusief plan van de hallen.

1. **Een warm thuis**

It’s showtime!

We begonnen er deze voorbeschouwing mee. Naast het thema ‘groei’, onderstreept Brussel ook het belang van een warme thuis.

Wij willen onze bezoekers bij aankomst op onze beurs vertrouwdheid, gastvrijheid en ook verbazing bieden. Zo steken we veel energie in de aankleding en beleving aan de inkomzones en doorheen onze beurshallen. Geen naakte, koude zones, maar om iedere hoek steeds wat nieuws. En geloof ons, dit jaar valt er heel wat nieuws te beleven …

Goed zaken doen en tegelijk plezier beleven, daar staan we voor. Zodat op het einde van de rit onze bezoekers ons huis verlaten met nieuwe collecties, inspiratie, energie en leuke herinneringen die lange tijd meegaan.

Doe jezelf een plezier en bezoek de Meubelbeurs Brussel!

Glenn De Maeseneer