

BELGIQUE

VUE D'ENSEMBLE

Taille du marché : En 1992, le marché belge des meubles de bureau s'est chiffré à quelque 270 millions de dollars canadiens.

On prévoit que le taux de croissance annuelle atteindra de 8 à 10 % pour les meubles autonomes et 15 % pour les meubles intégrés en système, qui constituent un marché en pleine expansion. La demande de meubles intégrés en système s'est accrue à la suite de l'augmentation du prix de location des bureaux; c'est pourquoi il convient de bien intégrer les divers éléments de manière harmonieuse et efficiente. L'importance relative des meubles autonomes diminuera graduellement sur le marché des meubles de bureau.

Plusieurs tendances permettent d'expliquer la croissance de ce marché. Mentionnons d'abord le fait que plusieurs entreprises s'installent dans de nouveaux locaux, surtout à Bruxelles. Deuxièmement, les besoins en matière de locaux augmentent dans le secteur des services, qui prend rapidement de l'expansion. Enfin, le marché des personnes qui souhaitent avoir un bureau à domicile est en pleine croissance. Le marché est concentré dans le secteur privé; de fait, le secteur public en représente à peine de 10 à 15 %. En règle générale, le secteur privé achète davantage de meubles chers (en bois); ce secteur se divise en deux grands groupes : d'une part, les petites et moyennes entreprises (moins de 500 employés), qui dépensent environ 2 200 \$ par poste de travail et renouvellent leur mobilier tous les quinze ans en moyenne et, d'autre part, les grandes entreprises et les multinationales (plus de 500 employés), qui dépensent environ 4 200 \$ par poste de travail et renouvellent leur mobilier à intervalles de cinq à dix ans. Les meubles de bureau font partie intégrante de l'image de ces entreprises et ils constituent un symbole de prestige pour leurs employés.

D'après les principales tendances observées sur le marché, les acheteurs réclament des meubles de bureau ergonomiques d'encombrement réduit; d'ailleurs, l'ergonomie est en voie de devenir un facteur déterminant sur le plan de la compétitivité. En outre, le service revêt une importance croissante, notamment le service après-vente et l'aide apportée aux clients qui choisissent des meubles. C'est pourquoi les entreprises doivent se doter d'une salle d'exposition. Les fabricants vendent maintenant des intérieurs complets plutôt que des meubles indépendants (par exemple, les cloisons sont assorties aux bureaux, aux chaises et aux fauteuils), ce qui a donné lieu à une nouvelle tendance selon laquelle on vend des projets. Dans ce contexte, il convient d'étudier l'espace disponible et de choisir des meubles permettant de satisfaire aux spécifications relatives à l'utilisation de l'espace.

La plupart des spécialistes en marketing considèrent que la Belgique constitue le marché témoin idéal en Europe en raison de sa dualité culturelle, de sa situation géographique centrale, de la possibilité de faire appel à des employés multilingues ainsi que de l'excellence des services en matière de communications et de finances et autres services de soutien qu'on peut y obtenir. Il n'est donc pas étonnant que le nombre d'entreprises canadiennes qui se sont