

## Grande enquête sur les Belges et leur intérieur

COCOON, le plus grand salon belge de la décoration et de l'aménagement intérieur, fête son trentième anniversaire avec un invité d'honneur, vtdéco, qui rendra cette édition encore plus spéciale. De plus, la couleur vert bouteille et la philosophie japonaise du wabi-sabi seront mises à l'honneur, car elles jettent un regard neuf sur le monde de la décoration intérieure. Mais quelle est l'importance réelle qu'accorde le Belge à son intérieur ? COCOON a mené une grande enquête auprès de 1 000 personnes\* pour le savoir. Qu'a-t-elle révélé ? En évolution permanente, la décoration d'intérieur fascine toujours autant et en dit long sur l'occupant.

### L'intérieur reste une priorité absolue pour le Belge

8 personnes interrogées sur 10 accordent une grande importance à l'aménagement intérieur, tandis que 9 sur 10 estiment que leur intérieur leur permet de se sentir bien chez elles. Cependant, un quart des Belges indiquent ne pas en être satisfaits, mais la moitié du panel prend plaisir à s'y atteler. C'est la raison pour laquelle nous préférons nous occuper nous-mêmes de notre intérieur plutôt que de solliciter l'aide d'un professionnel.

Marie Franck, Marketing Team Leader chez FISA (organisateur du salon) explique : « *La participation d'un invité de marque, vtdéco, est une grande première. Ce magazine dédié à la décoration d'intérieur donne le ton dans ce domaine. En installant le village vtdéco, il mettra tout en œuvre pour inspirer les visiteurs. Une maison de 300 m<sup>2</sup>, entièrement aménagée, permettra en effet à tout un chacun de ramener chez lui des idées innovantes.* »



En véritables passionnés, nous changeons régulièrement notre aménagement d'intérieur et notre décoration. Ainsi, pratiquement tous les Belges achètent régulièrement un nouvel objet pour mettre une pièce au goût du jour. De plus, quand on achète un nouvel article pour son intérieur, le meuble ou l'élément de décoration ne doit pas forcément être neuf. Deux personnes sur trois déclarent acheter parfois en seconde main, tandis que 2 personnes sur 10 cherchent régulièrement des pièces de design uniques.

« *Le wabi-sabi privilégie les meubles qui ont une histoire. Nous constatons aussi une tendance à acquérir davantage d'articles en seconde main pour donner une touche unique à l'intérieur. Ce côté unique et authentique prévaut sur la nouveauté et la perfection. Parallèlement, une attention croissante est accordée à la durabilité, ce qui se rapproche aussi de la philosophie japonaise.*

À l'occasion du trentième anniversaire du salon COCOON, nous avons installé un mur de visuels retraçant les 30 dernières années de tendances en matière de décoration d'intérieur », poursuit Marie Franck.

### **L'intérieur dévoile la vraie personnalité**

Pas moins de 70 % des personnes interrogées sont convaincues que l'intérieur reflète la personnalité et la plupart des Belges marquent ainsi leur intérieur de leur empreinte, que ce soit en utilisant leurs couleurs préférées ou en disposant des photos de famille ou d'amis, ou encore des souvenirs de vacances.

Marie Franck insiste : « *L'intérieur raconte quelque chose sur la personne qui y vit, qu'il s'agisse de l'aménagement et de la décoration ou de la propreté et de l'ordre.* »

L'intérieur trahit également l'âge. Plus les personnes interrogées sont âgées, plus leur décoration est classique et apaisante. Cela s'applique par exemple au choix entre le papier peint ou la peinture : les plus de 55 ans optent plus souvent pour la première solution.



### **La fonctionnalité prend le pas sur l'esthétique**

40 % des Belges privilégient un intérieur sobre, avec des objets épurés, des meubles fonctionnels, de nombreux rangements et des murs blancs. En revanche, un petit 30 % préfère les couleurs pour rendre l'intérieur plus joyeux. Pour la moitié d'entre eux, l'intérieur doit former un ensemble.

7 personnes interrogées sur 10 affirment n'acheter des meubles que lorsqu'elles en ont vraiment besoin et cette même proportion déclare ne jamais acheter un meuble sans en avoir la place. 40 % des Belges avouent détenir des objets décoratifs inutiles qui accumulent la poussière à la cave ou au grenier. Pour 3 personnes sur 10, ces objets risquent de ne même pas être rangés, puisqu'ils qualifient leur intérieur de plutôt négligé. 2 personnes interrogées sur 3 préfèrent limiter le nombre d'objets. Cela témoigne encore d'une mentalité wabi-sabi : la fonctionnalité prend le pas sur l'esthétique.

### En quête d'inspiration

Les Belges puisent leur inspiration dans des canaux différents. La moitié d'entre eux consultent les dépliants et catalogues, tandis qu'un peu moins de la moitié place les étagères de magasins de décoration dans le top 3, suivis par Internet et la décoration d'amis et/ou de membres de la famille. Une fois qu'ils savent ce qu'ils veulent, 6 Belges sur 10 se font un plaisir de faire du shopping.

Pour titiller et inspirer le visiteur, COCOON prévoit plusieurs zones. Dans la **Design Zone**, le visiteur pourra trouver des pièces de design uniques, tandis que le public amateur d'art trouvera son bonheur dans l'**Art Zone** et que les personnes souhaitant faire des achats (de Noël) pourront se rendre dans la **Shopping Zone**.



Lorsque les Belges font leurs achats, ils privilégient les meubles déjà montés, car seules 3 personnes sur 10 aiment se livrer au montage. Ici encore, plus l'acheteur est jeune, plus il aime se retrousser les manches. Dans la **zone workshop de vtdéco**, aucun meuble ne sera monté, mais le visiteur pourra découvrir comment associer des matériaux, des couleurs et des impressions différents pour personnaliser son intérieur.

.....

**cocoon**  
& vtwomen

.....

De woon- en interieurbeurs

\* Par Fisa SA, en collaboration avec iVOX. L'enquête a été complétée en ligne par 1 000 Belges de plus de 18 ans, qui se chargent personnellement de l'aménagement de leur intérieur. La marge d'erreur maximale pour ce panel est de 3,02 %.