

MAISON&OBJET

Communiqué de presse - Paris, le 26 janvier 2023.

Maison&Objet Paris clôt son édition hivernale avec une forte progression de participation, notamment internationale, confirmant les valeurs essentielles du rendez-vous des professionnels de la décoration, du design et de l'art de vivre.

Un moment propice au lancement de nouveaux services digitaux qui viennent renforcer le dispositif pensé par Maison&Objet pour soutenir, tout au long de leur développement, les entreprises de son secteur.

Malgré des grèves de transport largement suivies, et un contexte économique incertain, c'est dans une atmosphère très positive et conviviale que se referment les portes du salon Maison&Objet Paris, qui s'est tenu du 19 au 23 Janvier au Parc des Expositions de Paris-Nord (Villepinte).

Des visiteurs Européens présents ; les Américains et le Moyen-Orient en force

Alors que beaucoup ont pu redouter que les mouvements sociaux le jour de l'ouverture rendraient difficile l'accès des visiteurs, on aura vu des allées très animées dès le premier jour du salon, avec une fréquentation soutenue sur les 5 jours, y compris le week-end. Avec plus de 67 000 visiteurs professionnels dont près de 45 % sont internationaux, cette quatrième session (déjà) post-COVID a encore une fois démontré le repère essentiel constitué par le rendez-vous dans l'agenda des marques, des acheteurs et des prescripteurs du secteur de la décoration, du design et de l'art de vivre. Certains pays ou régions du monde comme l'Italie, le Moyen-Orient ou même le Portugal étaient d'ailleurs plus présents qu'avant la crise sanitaire ! Et de confirmer l'attrait du salon pour le marché US, illustré par la visite de 1400 Américains. Plus de 2300 marques, réparties sur 7 halls, ont ainsi bénéficié d'une forte dynamique de trafic et donc fièrement incarné ce qui fait depuis sa création la renommée de Maison&Objet : des stands aux scénographies soignées et des collections innovantes lancés par des marques émergentes ou des grands noms de la décoration. Aux côtés d'icônes telles que les Editions Serge Mouille, on notait le retour des belles maisons italiennes comme Gervasoni, Meridiani et Martinelli Luce ou encore Pulpo (Allemagne), Baobab (Belgique), Lladro (Espagne), Alessi (Italie) ainsi que l'entrée remarquée de nouveaux participants comme Maison Matisse (France), Mogg (Italie), Andreu World (Espagne) ou Stamuli (Suède). Elles incarnent, depuis l'international, l'esprit décoratif à la fois élégant et innovant du secteur. Un esprit parfois même « Haute Factice », avec la présence de plusieurs manufactures françaises emblématiques fédérées par l'Ameublement français, comme Atelier Alain Ellouz, la Manufacture des Emaux de Longwy ou Taillardat. On repérait aussi le retour de marques Japonaises et Coréennes, toujours raffinées et souvent inédites en Europe, notamment dans le pôle Objet.

Contact presse

S2H Communication – T: +33 (0)1 70 22 58 55

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon – sarah@s2hcommunication.com

MAISON&OBJET

Take Care.... Pour les visiteurs aussi

L'expérience visiteur a aussi concentré toutes les attentions des équipes de Maison&Objet qui souhaitent plus que jamais faire du passage sur le salon davantage qu'un simple voyage dédié aux achats. Sous le prisme du thème « *Take Care !* » de l'édition et avec des animations telles que l'*Apothem Lounge*, inspirant calme et méditation, imaginé par Raphael Navot élu Designer de l'Année, les visiteurs pouvaient prendre le temps d'une pause pour se ressourcer dans un environnement particulièrement sophistiqué où tous les détails, de l'ambiance musicale, aux couleurs et aux textures, ont été pensés avec attention. Et plus loin dans les allées, des jolies chaises longues pour se reposer aux gaufres gourmandes pour se faire plaisir, des tables de ping-pong singulières aux restaurants scénographiés, les moments pour recharger ses batteries - au sens propre comme au sens figuré - étaient agréables pour tous.

Côté designers inspirants et inspirés, cette session n'a pas été en reste avec un focus sur la nouvelle génération incarnée par 7 *Rising Talents* espagnols. Mais aussi sur le Royaume-Uni avec une *British Capsule* haute en couleur : Bethan Laura Wood et Lee Broom ont alors voisiné avec les *Talents so French*, Elise Fouin, Grégory Lacoua, Victoria Wilmotte et Cédric Breisacher, venus présenter leur collection en auto-édition. On voyait aussi Jean-Charles de Castelbajac proposant de nouvelles collaborations ou encore Philippe Starck en personne pour lancer sur le salon sa collection éco-conçue avec la maison espagnole Andreu World. Le thème a ainsi été illustré de nombreuses façons, notamment par des temps forts dédiés en particulier au design durable. La Confédération des Industries Danoises, associée à Laurence Carr, experte ès-design et économie circulaire a proposé une mise en scène de 11 maisons exemplaires sur ces terrains, "*Circularity in Action*" inaugurée en présence de la Princesse Marie de Danemark tandis que les 3 très jeunes lauréats du prix *Future On Stage* ont proposé de nouveaux produits incarnant l'avenir engagé du secteur. Un horizon illustré aussi par les 500 entreprises exposants pour la toute première fois, pour le plus grand plaisir d'acheteurs en quête permanente de nouveaux fournisseurs, dont ils pouvaient retrouver les plus jeunes créateurs d'accessoires et objets dans de nouvelles zones les regroupant, dénommées « spotlight ».

Un bouillonnement de créativité et de savoir-faire qui se ressentait dans les allées du salon puis jusqu'en ville où Maison&Objet *In the City* réunissait dans son parcours près de 100 adresses de décorateurs, architectes d'intérieur, galeries, grandes maisons et artisans d'exception pour compléter l'expérience Parisienne.

Contact presse

S2H Communication – T: +33 (0)1 70 22 58 55

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon – sarah@s2hcommunication.com

MAISON&OBJET

(R)évolution digitale au service des entreprises

Avant même de prendre date pour le prochain salon, Maison&Objet lance dès cette semaine de nouveaux services digitaux pour sa communauté internationale, avec 3 développements majeurs qui sauront accompagner acheteurs et marques dans leurs échanges et développement commerciaux tout au long de l'année. « *Si c'est en 2016 que Maison&Objet a pris le virage du Digital, en 2023, c'est l'heure du virage transactionnel* » comme le précise Sinziana Marian, directrice des activités digitales.

C'était attendu par la communauté et donc confirmé à présent : Maison&Objet va au-delà de la génération de leads, en permettant à partir du printemps et au travers de sa plateforme MOM (Maison&Objet and More) de disposer d'une marketplace (prise de commande) pour prospecter et initier des courants d'affaires avec de nouveaux contacts en Europe, tout au long de l'année. En complément ou séparément, les marques Européennes pourront aussi créer leurs propre e-shops BtoB sur leur site, afin d'accélérer et fluidifier les ventes avec leurs clients existants. Enfin, dès la prochaine édition de Maison&Objet Paris, les participants disposeront également d'un service pour saisir et passer leur commande salon, en ligne. ([Plus d'informations dans ce CP](#))

Dans ces nouveaux services, on lit le soin porté à développer un écosystème omnicanal, dédié au développement des entreprises du secteur et que, par sa connaissance et son expérience du marché, seul Maison&Objet peut apporter.

Et en septembre ?

C'est donc dans une perspective confiante que Maison&Objet redonne rendez-vous à sa communauté internationale, du 7 au 11 septembre 2023.

S'inspirant d'un hédonisme de plus en plus exalté et de l'envie des créatifs à réenchanter le quotidien dans un contexte externe chahuté, la saison décryptera les signes audacieux, parfois même surprenants, exerçant une influence sur le secteur. A cette occasion d'ailleurs, le salon inaugurera le lancement d'un nouveau secteur dédié au bien-être, décodant et élargissant l'offre d'une nouvelle catégorie de produits très porteuse pour le marché.

D'ici là, Maison&Objet dévoilera le nom du Designer of The Year (et si c'était un binôme ?) et des jeunes designers du programme *Risings Talents*. Après le Japon, les Pays Bas, et l'Espagne, ils seront cette fois... français ! Une session qui se voudra optimiste et expressive, incarnée aussi par *Paris Design Week*, en ville, du 7 au 16 septembre 2023.

Contact presse

S2H Communication – T: +33 (0)1 70 22 58 55

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon – sarah@s2hcommunication.com

MAISON&OBJET

Les chiffres visiteurs

67 429 visiteurs uniques

96 975 visites

144 pays représentés

37 487 visiteurs français

29 942 visiteurs internationaux

TOP pays (hors France)

ITALIE (4657)

BELGIQUE (3298)

PAYS-BAS (2256)

ROYAUME-UNI (2220)

ESPAGNE (2195)

ALLEMAGNE (2152)

ÉTATS-UNIS (1426)

Les chiffres exposants

2 337 marques

518 nouvelles marques

60 pays représentés

996 marques françaises

1 341 marques internationales

TOP pays (hors France)

ITALIE (314)

ESPAGNE (119)

BELGIQUE (113)

DANEMARK (96)

ALLEMAGNE (86)

PAYS-BAS (84)

ROYAUME-UNI (76)

La communauté digitale



5 000 marques

300 000 membres

54% prescripteurs

46% distributeurs

2,7 millions de visites par an



Facebook 698,2K fans

Instagram 963,4K followers

Twitter 29,9K followers

Pinterest 50,02K abonnés

LinkedIn 49,6K abonnés

A propos de Maison&Objet

Depuis 25 ans, Maison&Objet organisé par SAFI (filiale d'Ateliers d'Art de France et de RX France), anime et fédère la communauté internationale de la décoration, du design et de l'art de vivre. Sa marque de fabrique ? La capacité à provoquer des rencontres internationales fertiles, à accélérer la visibilité des marques qui rejoignent ses événements ou sa plateforme digitale, mais aussi un instinct singulier pour valoriser les tendances qui feront battre le cœur de la planète déco. Révéler des talents, offrir des opportunités d'échanges et d'inspiration online et offline, faciliter le développement des entreprises, telle est la mission de Maison&Objet. Au travers de deux salons annuels réservés aux professionnels et de Paris Design Week, animant la ville et le grand public en septembre, Maison&Objet est un baromètre incontournable du secteur. En ligne et toute l'année depuis 2016, MOM (Maison&Objet and More) permet aux acheteurs et aux marques de poursuivre leurs échanges, de lancer les nouvelles collections ou de nouer des contacts au-delà des rendez-vous physiques. Les mises en avant hebdomadaires de nouveautés stimulent en continu l'activité du secteur. En 2023, Maison&Objet déploie de nouveaux services digitaux avec le lancement de trois outils transactionnels. Pour aller encore plus loin, Maison&Objet Academy propose aux professionnels une chaîne web exclusive, dédiée à la formation et aux décryptages marché. Sur les réseaux sociaux, les découvertes continuent au quotidien pour une communauté de près d'un million de participants actifs sur Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Xing, WeChat et maintenant TikTok.

Contact presse

S2H Communication – T: +33 (0)1 70 22 58 55

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon – sarah@s2hcommunication.com