

Communiqué de presse - Paris, le 25 janvier 2024.

Inspiration, Curation, Solutions : Un triptyque gagnant

C'est ce que retiendront les visiteurs de l'édition du salon Maison&Objet au lendemain de sa clôture, au Parc des Expositions de Paris-Nord Villepinte.

Le froid glacial de ce mois de janvier n'aura pas entamé la bonne humeur et l'enthousiasme qui ont marqué cette édition anniversaire. La neige y aura ajouté une touche de magie. Musiciens live, cafés et petits biscuits distribués à l'entrée du salon... une atmosphère chaleureuse a accueilli visiteurs et exposants et s'est répandue dans les sept halls du salon. À l'issue de cette édition, on retient une croissance significative, aussi bien du côté visiteurs que des marques et la volonté, pour les prescripteurs comme pour les *retailers*, d'aller identifier de nouveaux leviers de business grâce à une curation de l'offre particulièrement exigeante et de l'inspiration au travers des animations mises en scène par Maison&Objet.

Chiffres clés : un salon en croissance

Côté exposants, on note que le salon s'est fortement mobilisé pour renouveler son offre : **+9%** du nombre d'exposants au total comparé à janvier 2023, avec **2516** marques dont plus de **60%** internationales, **30%** de l'offre composée de marques nouvelles ou qui exposent à nouveau sur le salon.

À cette proposition enrichie et attrayante a répondu une audience visiteurs en hausse de **+5%**. Si en septembre 2023, on avait noté une participation plus timide des visiteurs français, la reconquête de cette cible clé a fonctionné en janvier. C'est en effet sur le visitorat hexagonal à **+9%** et le grand export à **+25%** que la croissance se lit davantage cette session, avec une belle progression des États-Unis à **+8%** et de l'Asie à **+83%** portée par le Japon à **+52%**, l'Inde à **+18%** et le retour de la Chine. À contrario l'Europe en retrait de **9%** accuse le coup d'une situation économique complexe, en partie due à l'inflation. À la fin du salon, on note une presque équité entre les visiteurs français et étrangers (**58%** pour la France, **42%** pour l'international). On constate aussi que les trois profils majeurs de visiteurs, architectes d'intérieur - qui enregistrent la plus forte progression à **+8%** - les professionnels de l'hospitalité (**+2%**) et les *retailers* (**+1%**) viennent bien chercher des solutions, de l'inspiration et de la nouveauté. Bien que ces derniers aient pu souffrir d'une

Contact presse

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

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon – sarah@s2hcommunication.com

fin d'année mitigée, l'heure est au dynamisme et au renouveau, en repérant des produits et des solutions innovants, désirables et respectueux de la planète.

La croissance des visiteurs et notamment celle des prescripteurs signe la montée en gamme de l'offre du salon, dont la réorganisation dans des univers lisibles et cohérents – *WHAT'S NEW? In Decor* ; *WHAT'S NEW? In Retail* et *l'Hospitality Lab* - a permis une meilleure perception de l'ensemble des solutions créatives et business adaptées par métier dans l'ensemble des halls. La forte représentativité des architectes d'intérieur et des décorateurs souligne que Maison&Objet a gagné en désirabilité, permettant au salon de réaffirmer la dimension essentielle de ce rendez-vous à l'échelle internationale, pour tous les professionnels de la décoration, du design et de l'art de vivre en quête d'inspiration, de curation, de nouveautés et de solution pour garantir le succès de leur projet.

Une offre haut de gamme et prospective sur le marché de la décoration

Imaginé comme un écrin dédié à la décoration haut de gamme, le Hall 7 et son univers Signature accueillait à chacune de ses entrées, deux installations phares du salon, faisant dialoguer patrimoine, poésie et prospection. Il présentait d'abord "Alchimie", une installation immersive et inédite de Baccarat. La Maison de cristal, reconnue dans le monde entier comme un des fer-de-lance des grands savoir-faire français, a profité de son retour pour célébrer son 260ème anniversaire sur le salon. En écho se trouvait de l'autre côté du parcours, un deuxième point d'orgue au travers de la scénographie inédite du Designer de l'année 2024 Maison&Objet, Mathieu Lehanneur. Également designer de la flamme olympique, Mathieu Lehanneur, dévoilait en exclusivité pour Maison&Objet son installation visionnaire et onirique *Outonomy* au monochrome jaune déjà iconique.

Dans son *WHAT'S NEW? In Decor* intitulé "Nouveaux Mondes" Elizabeth Leriche proposait en accord avec le thème de l'année, TECH EDEN, une plongée dans une nature onirique et mystérieuse, marquée par des motifs audacieux, sophistiqués et des couleurs fortes. Une réconciliation entre la technologie et la nature, pour un Eden projeté sur les projets d'aménagement.

Aux côtés de ces grands noms, Maison&Objet a aussi exposé la nouvelle garde du design au travers de différents programmes :

- Les **Rising Talent Awards**, avec pour cette édition spéciale des trente ans du salon, sept jeunes talents internationaux qui interprétaient le thème TECH EDEN de la

Contact presse

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

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon – sarah@s2hcommunication.com

saison avec des pièces mêlant « haute technologie et savoir-faire », entre excellence du geste et innovation technologique.

- Le programme **Future On Stage**, l'incubateur Maison&Objet dédié aux jeunes marques pour leur permettre de participer au salon, avait sélectionné trois marques lauréates, fortement impliquées en faveur de démarches vertueuses, proposant des produits et des matériaux recyclés, recyclables et à l'esthétique inspirante.
- Enfin le **The Maison&Objet Factory**, une sélection réalisée à partir des plus belles pièces de Paris Design Week Factory présentée en septembre dernier.

Le marché de l'*Hospitality*, réflexion prospective sur un secteur porteur

Au cœur du Hall 6, l'agence de conseil en stratégie créative Peclers Paris a mis en scène "INSPIRE ME!" une installation immersive et multisensorielle pour incarner le thème TECH EDEN. Au-delà d'une illustration du propos, les prescripteurs ont pu vivre une expérience prospective mais concrète présentant une sélection de marques et de talents d'avant-garde pour appréhender les nouveaux usages et les évolutions du secteur autant que ses enjeux environnementaux. Le studio REV Architecture a, quant à lui, imaginé le showcase de l'espace *Hospitality Lab*, incarnation physique, inspirée et audacieuse de l'hybridation des lieux d'accueil, tissant une passerelle entre lobby d'hôtel et flagship de luxe. Une invitation à célébrer la joie de vivre autour d'une table démesurée mettant en scène leur vision de la générosité et du spectacle dans une scénographie à la fois high-tech et très « french savoir-vivre ». En matière de décor, l'*hospitality* se révèle plus que jamais en totale porosité avec le marché du résidentiel, permettant aux architectes d'intérieur de passer de l'un à l'autre avec aisance.

Un salon clé en main pour le *retail* : les outils pour développer son activité

Le *WHAT'S NEW? In Retail*, pensé par François Delclaux et BETC DESIGN, proposait pour la première fois, une offre de produits mais aussi des solutions pour animer, aménager et développer son espace de vente. Avec un programme d'ateliers coaching ciblé pour le marché du *retail* faisant intervenir des experts internationaux sur des problématiques métier très précises et pratiques, les *retailers* ont pu interagir, questionner et se former aux meilleures pratiques business pour développer leur activité.

Contact presse

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

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon – sarah@s2hcommunication.com

Le secteur Well-being & Beauty, lancé en septembre, a été positionné au cœur de l'offre *retail* pour permettre de diversifier ses produits et de faire vivre des expériences aux clients sur les lieux de vente, en complément de produits plus catégorisés ou saisonniers. En fil conducteur, les visiteurs ont pu découvrir et repérer des marques labellisées éco-responsables par un jury d'experts invités par le salon. Le parcours "*Sustainable*" est une réponse apportée à la demande croissante, tous métiers confondus, de nouveautés, mais aussi de marques engagées dans la réduction de leur empreinte carbone (matière et produit).

Enfin, le programme identitaire des Talks a remporté un vif succès. Au-delà de l'offre produits, Maison&Objet se démarque par la densité et la qualité de contenus partagés et sa capacité à fédérer les acteurs majeurs de la scène internationale pour que chaque professionnel puisse améliorer sa pratique. Les visiteurs ont ainsi eu la chance de voir réunis sur une même scène un casting hautement inspirant d'envergure internationale à l'instar de Martyn Lawrence Bullard, Ramdane Touhami, Martin Brudnizki, Charles de Vilmorin, Andrea Trimarchi (Formafantasma) ou encore Nelly Rodi, amie fidèle de Maison&Objet depuis trente ans.

Mélanie Leroy, Directrice générale de Maison&Objet conclut :

« Depuis mon arrivée il y a dix mois, nous avons porté avec l'ensemble des équipes, une attention particulière à l'écoute de nos clients, exposants comme visiteurs, afin de trouver des solutions adaptées aux besoins de chacun. Nos efforts se sont concentrés sur la premiumisation de l'offre intégrant une part importante de nouveautés, sur l'inspiration au travers de la valorisation des marchés porteurs et de scénographies inédites, et sur la proposition de solutions utiles et applicables pour les accompagner dans leur projet. Les premières retombées sont très positives et nous encouragent à poursuivre en ce sens ! Salon référent international depuis 30 ans, plus que jamais nous nous ancrons dans le futur avec l'ultime mission d'être l'amplificateur de créativité et de business pour les professionnels du monde entier, de la décoration du design et de l'art de vivre. Faire rimer désirabilité et business, c'est ça Maison&Objet ! »

Maison&Objet sera de retour du **5 au 9 septembre 2024** pour continuer de célébrer ses trente ans lors d'un second volet tout aussi dynamique pour stimuler la décoration, l'*hospitality* et le *retail*. En ville, **Paris Design Week** prendra le relais de **Maison&Objet In The City**, et invitera aussi le grand public à découvrir des installations exceptionnelles. En attendant, l'énergie se poursuit online, sur la plateforme digitale de **MOM**, qui permet désormais aux professionnels de passer des commandes directement auprès des marques.

Contact presse

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

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon – sarah@s2hcommunication.com

Les chiffres visiteurs

70 668 visiteurs uniques (+5%)
99 803 visites
147 pays représentés

40 916 visiteurs français
29 752 visiteurs internationaux

TOP pays (hors France)

ITALIE (4167)
BELGIQUE (3220)
ROYAUME-UNI (2196)
PAYS-BAS (2111)
ESPAGNE (2073)
ALLEMAGNE (1715)
ÉTATS-UNIS (1585)
CHINE (1301)

Les chiffres exposants

2 516 marques (+9%)
648 nouvelles marques
62 pays représentés

1 042 marques françaises
1 474 marques internationales

TOP pays (hors France)

ITALIE (354)
BELGIQUE (140)
ESPAGNE (111)
PAYS-BAS (104)
JAPON (93)
ALLEMAGNE (90)
ROYAUME-UNI (82)
DANEMARK (73)

La communauté digitale



6 196 marques
480 000 membres internationaux
300 000 acheteurs Européens (marketplace)
63% prescripteurs
34% distributeurs
3 millions de visites par an



Instagram	1M followers
Facebook	711K followers
Pinterest	61,23K followers
LinkedIn	60,1K followers
Twitter	29,6K followers
TikTok	27,3K followers

A propos de Maison&Objet

Depuis 1994, Maison&Objet (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 salons 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 et MOM devient également marketplace. Sur les réseaux sociaux, les découvertes continuent au quotidien pour une communauté de près de 2 millions de professionnels actifs sur Facebook, Instagram (+1M de followers), Twitter, LinkedIn, Xing, WeChat et maintenant TikTok. Fer de lance du label Paris Capitale de la Création, Maison&Objet est un catalyseur permettant de positionner Paris comme un des pôles d'attractivité majeur pour les créatifs internationaux.

Contact presse

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

maisonobjet@s2hcommunication.com

Sarah Hamon – sarah@s2hcommunication.com